Comisión de Industria, Energía y Minería
Carpeta Nº 2342 de 2013

Versión Taquigráfica N° 1689 de 2013

SITUACIÓN DEL SECTOR VESTIMENTA

SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Normas

Versión taquigráfica de la reunión realizada el día 3 de julio de 2013

(Sin corregir)

PRESIDEN: Señores Representantes Carlos Varela Nestier, Presidente, y Walter Verri (ad hoc).

MIEMBROS: Señores Representantes Julio Battistoni, Felipe Carballo, Martín Lema Perreta y Belmonte de Souza.

DELEGADOS DE SECTOR: Señores Representantes Nicolás Pereira, Iván Posada y Hermes Toledo Antúnez.

ASISTEN: Señores Representantes Pedro Saravia Fratti y Daniel Caggiani.

INVITADOS: Por la Cámara de la Vestimenta, señor Elbio Fuscaldo, Secretario; por Punto Industrial Uruguayo, señor Juan Aldabalde y por Sindicato de la Aguja, señora Carina Zeballos y señor Ricardo Moreira. ver exposición

Por la Asociación de Productores y Realizadores de Cine del Uruguay (ASOPROD), señores Diego Fernández, Presidente; Sebastián Bednarik, Vicepresidente; Esteban Schroeder, Miembro, y señora Alejandra Francia, Secretaria. ver exposición

Por Coalición de la Sociedad Civil por una Política Democrática de Comunicación, señora Cecilia Lucas y señores Sergio Mautone, Edison Lanza, Fernando Gelves, Javier Pérez y Álvaro Queiruga. ver exposición

---

SEÑOR BATTISTONI.- Propongo al señor Diputado Verri.

(Apoyados)

SEÑORA SECRETARIA.- El señor Diputado Verri actuará como Presidente Ad Hoc.

SEÑOR PRESIDENTE AD HOC (Verri).- Habiendo número, está abierta la reunión.

(Ingresan a Sala representantes de la Cámara Industrial de la Vestimenta y del Sindicato de la Aguja)

—— Damos la bienvenida a esta delegación de la Cámara Industrial de la Vestimenta y del Sindicato de la Aguja, integrada por la señora Carina Zeballos y los señores Elbio Fuscaldo, Juan Aldabalde y Ricardo Moreira, quienes solicitaron ser recibidos para referirse a la instrumentación del subsidio aprobado por este Parlamento a través de una ley.

Les informo que probablemente en el transcurso de la sesión asuma este lugar el Presidente de la Comisión, señor Diputado Varela Nestier, que se atrasó unos minutos, pero estará con nosotros a la brevedad.

SEÑOR FUSCALDO.- En mi calidad de Secretario de la Cámara Industrial de la Vestimenta les doy las gracias por recibirnos. Pedimos esta reunión para dar cuenta de lo que pasó durante el primer año de puesta en vigencia de la ley.

Una de las disposiciones de la ley establece que se cuantifiquen los objetivos conseguidos con esta norma, que se definan indicadores de evaluación y que, según la evolución de la industria, se sugieran medidas, resoluciones o decretos que se entiendan necesarios para lograr los objetivos. Esto lo hicimos en el mes de febrero, dentro de la Comisión Asesora, porque constituye un mandato de la ley a esa Comisión. Pero como no se recogió la propuesta que hicimos ni se realizó la evaluación, como actores sociales, tenemos la obligación de venir a informar, como manda la ley.

La Ley Nº 18.846 fue votada por unanimidad en el Parlamento. En su artículo 1º fija como uno de sus objetivos asegurar la sustentabilidad del sector; por lo tanto, cumplido un año, corresponde que la Comisión Asesora informe cuál es la evolución del sector, según se establece en el artículo 26 de la ley. Pero, tal como mencioné anteriormente, eso no se hizo.

Por otra parte, el Reglamento Interno de la Comisión establece en el punto 2.7.4 la forma de medir la mejora de la competitividad, entre otras cosas, a través del incremento de las ventas y la relación de concentración o diversificación de mercados.

Puesto que ambas situaciones han sido negativas en los últimos trece meses se entiende que corresponde tomar acciones correctivas que permitan cumplir con el objetivo de sustentabilidad del sector, ya que esa es la intención expresa del Poder Ejecutivo, plasmada en el artículo 1º del proyecto de ley que envió al Parlamento, y del mandato legislativo, que votó la iniciativa.

No es menor recordar que esta ley surgió del Consejo Sectorial por unanimidad; perdió algunos elementos en el pasaje por el Poder Ejecutivo y se votó por unanimidad en ambas Cámaras. Por lo tanto, además del consenso político, cuenta con el consenso social. No deben ser muchas las leyes que cuentan con tan fuerte validación.

Nos interesa presentar los datos del sector tal como surgen de las estadísticas. No haremos comentarios ni interpretaciones, ya que son de por sí elocuentes y no queremos que se pueda interpretar que fueron seleccionados con intencionalidad, como suelen hacer quienes presentan las estadísticas. Tampoco haremos recomendaciones, porque entendemos que no es el ámbito adecuado; las recomendaciones y propuestas fueron hechas donde manda la ley: en la Comisión Asesora. Si quieren, con mucho gusto podemos mencionarlas, pero a posteriori.

¿Cuál es la situación actual? El sector en su conjunto de tejido plano y de tejido de punto -la plaza más la exportación- ha caído en forma importante, y para demostrarlo basta señalar los siguientes índices. El Índice del Volumen Físico -que figura en el Anexo 1, que vamos a dejar en poder de la Comisión- volvió a caer, y pasó de 72.23 de promedio en 2011 a 64.63 de promedio en 2012 y a 41.80 en promedio en el primer trimestre de 2013. La caída es del orden del 30%; con respecto a 2011, que fue cuando se trató la ley, la caída es mayor puesto que supera el 40%.

En 2012 las importaciones crecieron un promedio de 8% en los primeros cinco meses del año. En el mismo período las exportaciones cayeron 44%. Esto es lo que se llama la "enfermedad holandesa". Cuando a algún

país le va bien con un producto, como le ocurría a Holanda con el gas en el Mar del Norte -de ahí el nombre-, se aprecia mucho la moneda y las actividades que tienen más contenido de mano de obra -como es el caso de la vestimenta- y más valor agregado son las que sufren y pagan el costo de esa apreciación monetaria.

En el Anexo 4, además de reiterar los datos de los primeros cinco meses de este año, al pie se comparan los últimos doce meses cerrados a mayo pasado, lo que marca la tendencia persistente de la caída: las exportaciones, de mayo de 2012 a mayo de 2012 cayeron US$ 44:000.000, y de mayo de 2012 a mayo de 2013 descendieron US$ 31:000.000. Quiere decir que la caída es de US$ 44:000.000 a US$ 31:000.000.

En el Anexo 5 se muestra el efecto que tuvieron en 2013 las demoras de las DJAI argentinas en 2012. Recuerdo que nos llamaron a la Comisión para preguntarnos cómo era el tema con Argentina. En aquel momento dijimos que el fondo del problema con ese país no radicaba en que salieran tarde, sino en que eso hace que la mercadería llegue tarde, fuera de temporada. En el fondo, con esto se pretende desanimar la compra, porque al que la mercadería le llega tarde, al año siguiente no compra.

Lamentablemente, teníamos razón porque eso fue lo que pasó: las exportaciones a Argentina cayeron en forma estrepitosa y terminaron en la mitad de lo que eran. De memoria puedo decirles que de los US$ 14:000.000 que alcanzaron en los primeros cinco meses bajaron a US$ 6:000.000 o US$ 7:000.000. Esto prácticamente cerró el negocio. Con estos números comprenderán que Argentina es "inolvidable".

En el Anexo 6 se ve la tendencia a largo plazo. Queda claro que el efecto de la ley ni siquiera pudo neutralizar los problemas de Argentina y el atraso competitivo. Sin duda, estos dos factores son temporales por lo menos en el mediano plazo. En el corto plazo todos sabemos que nada va a cambiar. Las previsiones para el resto de 2013, basadas en los pedidos para entregar en el segundo semestre, permiten estimar que habrá una caída anual no menor del 30% en las exportaciones. Ya sabemos lo que va a pasar en los próximos seis meses porque tenemos -o no- los pedidos. Se prevé que las exportaciones caerán de US$ 44:000.000 a menos de US$ 30:000.000.

Hasta aquí he expuesto los datos crudos, puros y duros, que no queremos comentar.

Sí debo informar que este tema se planteó en el mes de febrero a la Comisión Asesora y que se incluyeron propuestas concretas, compartidas por los trabajadores, pero no hemos obtenido respuesta. Por lo tanto, los actores sociales decidimos manejarnos en forma independiente. Y por eso estamos aquí.

Creemos que son aplicables en este caso las palabras de Paul Krugman que recogió el "New York Times": "Comparto el punto de vista de Lawrence Summers, miembro del equipo de Obama, que recientemente declaraba que en esta crisis no hacer bastante significaría un riesgo mucho mayor para el país que hacer demasiado".

Quiero agregar algunas consideraciones adicionales sobre ciertos conceptos que se manejan con respecto a la industria de la vestimenta que, según hemos percibido, constituyen mitos que la realidad demuestra que no son ciertos.

El primer mito es que la inversión extranjera es mejor que la inversión nacional para el país y la sociedad. Entendemos que esto es falso; son complementarias. No renegamos de la inversión extranjera, pero tampoco podemos renegar de la inversión nacional y del trabajo nacional. En la documentación que les dejamos se incluye parte de la entrevista al economista Roberto Villamil, que publicó el viernes pasado "Crónicas Económicas", en la que expresa que en 2011 y 2012 entraron a Uruguay inversiones por US$ 240:000.000, que supusieron la creación de mil puestos de trabajo.

(Ocupa la Presidencia el señor Representante Varela Nestier)

—— Leído rápidamente parece muy bueno, pero deberíamos hacer algunos números y tener en cuenta que US$ 240:000.000 den una rentabilidad del 10% anual, o sea, de US$ 24:000.000. Además, como la inversión seguramente habrá quedado comprendida en la ley de inversiones, estará exenta de determinados impuestos, por lo que la renuncia fiscal será de aproximadamente US$ 8:000.000, es decir, US$ 8.000 anuales por cada puesto de trabajo. El subsidio de la vestimenta es de US$ 300 por trabajador, más otros US$ 300 para la empresa. Por eso decimos que es un mito que la inversión extranjera sea mejor; por lo menos cuesta más cara.

El segundo mito es que el aumento del arancel genera inflación. Traigo a colación esto porque una de las medidas propuestas en la Comisión Asesora era acompañar el arancel de Argentina y Brasil y pasar del 20% al 30%, como se hizo en el calzado. Eso generaba una recaudación adicional de US$ 29:000.000, con lo que se hubiera podido financiar cualquier otra cosa que se hubiera hecho para la vestimenta.

Surge del estudio que el impacto sobre la inflación de pasar del 20% al 35% es de un aumento de apenas una décima de punto porcentual, es decir, del uno por mil, por lo cual lo del impacto sobre la inflación pasa a ser el segundo mito. Insisto: nos dicen que no podemos aumentar el arancel porque eso aumentaría la inflación. En el caso de la vestimenta no es cierto, y eso se demuestra fácilmente con números.

El tercer mito es que, como tenemos un PBI alto, debemos dedicarnos a los negocios de tecnología. Como la vestimenta no es un negocio de tecnología, podríamos dejarla afuera. Vestimenta es un negocio primario condenado, en teoría, a pagar bajos salarios para poder competir. Esto es falso. La realidad es que en Estados Unidos, probablemente el país con más inversión y desarrollo en tecnología, los negocios de ese tipo solo representan el 9% y el 6% de la oferta de trabajo. También debe tenerse en cuenta que tienen universidades famosas, que atraen a científicos de todo el mundo.

Lo que Uruguay debe hacer es aplicar la tecnología existente, como hace la agropecuaria. Ese es un buen ejemplo de cómo funciona el mundo real y devela el misterio de qué fue primero, el huevo o la gallina. ¿Cómo se produjo el círculo virtuoso? Primero subieron los precios de la soja y después se aplicó tecnología de punta.

Ahora voy a referirme a la que yo llamo "la madre de todas las creencias", que es el mito según el que no interesa apoyar al sector vestimenta -entre otros-, porque eso de nada servirá pues es imposible competir con Oriente. Los empresarios del sector vestimenta -y seguramente también los de otros rubros- lo saben desde hace muchos años y ninguno compite con Oriente; si lo hicieran, haría mucho tiempo que no existirían. Los empresarios hacen otra cosa diferente: compiten con los productores locales en los mercados de destino. Por eso tenemos problemas con Argentina, donde crece la producción local y nosotros dejamos de apostar.

El razonamiento correcto es el inverso: ¿cómo es posible que este sector siga existiendo cuando Oriente tiene precios mucho más bajos? La respuesta es muy simple: hacemos otra cosa; nosotros no competimos por precios.

Hay algunos mitos adicionales. A título exclusivamente personal diré que se está hablando de Asia- Pacífico como la nueva frontera para que Uruguay negocie. Yo entiendo que ahí no hay nada para ganar, y voy a ser muy claro. Hay cuatro países involucrados: México, Colombia, Perú y Chile. Con México tenemos un TLC, así que no hay de qué hablar. Chile tiene aranceles bajísimos y está dentro del Mercosur, por lo que existe una preferencia importante; tampoco tenemos de qué hablar. Con Perú y Colombia hay una balanza comercial fuertemente positiva, y cualquier negociación que hagamos podría erosionarla. Además, los costos de logística para acceder a esos mercados son altísimos porque tenemos que dar la vuelta por el Canal de Magallanes o atravesar la cordillera. Hoy por hoy, la tecnología hace que sea mucho más fácil y más barato traer la mercadería de Oriente hacia la cuenca del Pacífico en barcos contenedores, que llevarla desde Uruguay, porque eso demora el mismo tiempo, pero sale más caro.

Se arman mitos muy fácilmente, pero cuando bajamos las cosas a la tierra se ve que no es tan fácil sostenerlos.

El resto del planteo, relativo a medidas concretas establecidas en la ley que aún no se han instrumentado, que apenas se está empezando a ver cómo llevar a cabo, estará a cargo del compañero Ricardo Moreira.

SEÑOR MOREIRA.- Hace bastante tiempo que estoy en la dirección del Sindicato de la Aguja. Lo menciono porque en sucesivos períodos me tocó analizar la situación del sector, que tiene realidades muy diferentes a nivel nacional e internacional.

Cuando consensuábamos con la Cámara Industrial de la Vestimenta la visita a la Comisión para informar sobre este tema, manejamos un objetivo común: dar cuenta de los avances de la puesta en vigencia de la ley de la vestimenta, en un contexto un poco diferente al del momento en que fue aprobada.

Podríamos comparar la situación de la industria nacional de la vestimenta, tanto de tejido de punto como tejido plano, con la realidad internacional del sector. A nadie escapa cuál es la situación de los trabajadores de la industria de la vestimenta en India, Bangladesh o Pakistán, porque han estado varias en la prensa. Esas realidades tienen mucho que ver con la forma en que se consensuó la ley para la vestimenta, que tiene una historia bastante larga.

En principio, consensuamos la instalación de un ámbito para discutir la realidad del sector, que en aquel momento se llamó Consejo Sectorial y fue impulsado por el Ministerio de Industria, Energía y Minería. En ese ámbito tripartito no discutíamos salarios ni lo que habitualmente se debate en el otro ámbito tripartido, que es el Consejo de Salarios, pero pudimos avanzar en un análisis profundo sobre cuál era la realidad del sector y cuáles podían ser las propuestas que se podrían acordar para determinar una mayor sustentabilidad del sector y la mejora de las condiciones de trabajo. Con esas dos características consensuamos y comenzamos a discutir esta ley. Los dos sectores teníamos grandes expectativas y mucha esperanza puestas en ella.

Recordemos que la ley tiene tres componentes. Uno, es la aplicación del subsidio. Por primera vez en la historia un subsidio para un sector industrial es compartido entre empresarios y trabajadores. El 33% de esa subvención lo reciben directamente los trabajadores. Los otros dos componentes son trazabilidad y trabajo a domicilio. El último tiene que ver con la actualización de la Ley Nº 9.910, "Trabajo manual a domicilio", actualizada a través de la aplicación del Convenio Nº 177 de la OIT, considerado un avance histórico por el sindicato. El segundo avance que también consideramos histórico es la trazabilidad.

La trazabilidad en el sector de la vestimenta debería ser un sistema que, aplicado en cada una de las prendas importadas o confeccionadas en el mercado nacional, implique tener una etiqueta o grifa que identifique su proceso productivo. ¿Por qué se establecieron estos dos componentes? Porque habíamos identificado una gran informalidad en todo el sector. Hoy, todas las partes consensuamos que el sector supera los veinte mil trabajadores en todo el país, pero una cifra cercana al 50% continúa estando en una situación informal o irregular, lo que nos acercó a aquella situación internacional de otros países. La aplicación de esta ley implica un avance sustancial en la formalización y en las condiciones de trabajo de los trabajadores.

No podemos separar los tres componentes aplicados en forma indiscriminada de a uno. Debe haber un avance sustancial de los tres componentes. La ley identifica -que también fue consensuado en la Comisión y en el Consejo Sectorial de la Vestimenta- que la situación del sector merece un análisis mayor que otros sectores. ¿Por qué? Por dos razones. La primera es que este sector tiene una necesidad de mano de obra tres veces mayor que cualquier otra industria manufacturera, o sea, es generador de empleo en una medida bastante mayor a la media de la industria manufacturera. La segunda es que el componente social que tiene este sector apunta básicamente a los dos sectores de la población más golpeados por el desempleo: mujeres y jóvenes. Si uno observa que el desempleo está en el orden del 5% o 6% puede advertir que todavía tenemos un sector joven que tiene un 25% de desocupación y un sector de mujeres que tiene un 35% de desocupación. Este sector industrial es la puerta de entrada al mercado laboral de jóvenes y mujeres. Por lo tanto, hay una tensión desde el punto de vista social, más allá del económico, que debería ser atendida en forma más profunda o vista con otros ojos.

Cuando consensuamos esta visita teníamos la intención de marcar algunos retrasos que hemos visto en el avance de la Comisión que creó la ley, atribuible a una situación general que nos empuja porque todavía no hemos comenzado a analizar la reglamentación de la trazabilidad y del trabajo a domicilio. Este es un retraso atribuible a la Comisión, pero inducido por la situación generada que se agrava día a día. Nosotros corroboramos y consensuamos los números a los que hizo referencia el señor Fuscaldo. Este es un sector que está permanentemente agredido por la importación con relación a muchos aspectos. No solo se trata de la balanza de lo que se importa y exporta o de lo que se confecciona en el país, sino también cómo se apoya desde otros ámbitos, por ejemplo desde el Estado, a través de las compras públicas de la vestimenta, ya que muchas veces se prioriza un artículo importado porque es más barato. Y eso es relativo. Cuando uno compara el costo país que significa tener trabajadores informales o que pierden su fuente de trabajo con el costo de un producto importado por una diferencia menor, la ventaja empieza a desaparecer.

¿Cómo hacemos para que esta industria no desaparezca, se fortalezca y se desarrolle cada vez más? Hay que atender todos estos componentes juntos, hay que avanzar en forma conjunta. Si bien el trabajo de la Comisión tripartita es bueno, también es complicado. Además, por la aplicación de la propia ley, para que

surja algo acordado en esa Comisión, por lo menos dos integrantes del Poder Ejecutivo deben estar de acuerdo. Muchas veces los actores sociales hemos hecho acuerdo, pero no hemos logrado ese consenso de los dos integrantes del Poder Ejecutivo. Es bastante difícil avanzar en ese sentido. Tanto es así que estamos discutiendo la trazabilidad y el trabajo a domicilio en forma paralela en la Cámara Industrial de la Vestimenta y el Sindicato de la Aguja. Cuando tengamos algún avance sustancial nos presentaremos en la Comisión y veremos cómo se desarrolla la discusión.

Sé que no estoy aportando demasiado en cuanto a soluciones, pero no es el objetivo de esta visita. Sí tenemos propuestas consensuadas. La principal es el aumento del arancel extra Mercosur, del 20% al 35%, reclamado por Argentina y Brasil insistentemente. También consensuamos la propuesta de la Cámara de qué hacer con ese dinero que hoy no está recibiendo el Estado. Hoy se habla mucho de la de la falta de recursos para la educación; quizás una parte pueda ir para la educación y, la otra pueda sustentar la exportación, más allá del beneficio que de por sí implica el aumento del arancel para quienes producen para el mercado interno.

SEÑOR ALDABALDE.- Para el sector y para el país sería una gran oportunidad demostrar que somos viables. Tengo la triste sensación de que no estamos convencidos de eso y por tal motivo tenemos que explicar lo que pasó con una ley que tiene la mejor de las intenciones, pero que la realidad demuestra que no está funcionando.

Podemos tener la mejor intención y el mejor remedio del mundo, pero si cuando llegamos el enfermo murió, el remedio no sirve para nada. Tengo la sensación de que hoy estamos tratando de conseguir el mejor remedio del mundo, pero el enfermo se va a morir más rápido que lo que nosotros se lo vamos a poder dar.

Hay temas cuya solución obedece exclusivamente a la voluntad política como, por ejemplo, el de las compras del Estado. Para que tengan una idea de la realidad que estamos viviendo, debo decir que solo en el sector de tejido de punto el Estado compra más de cien mil buzos por año. Esto le da trabajo a una fábrica con ciento cincuenta empleados, durante un año de corrido, sin un minuto de licencia ni seguro de paro. En números de nuestro país, se trata de diez fábricas de quince empleados. Además, este año, por primera vez en la historia, el Ministerio del Interior está comprando en China veintiocho mil buzos para la policía. ¿Se sabe de dónde vienen? ¿Hay niños trabajando en esa fábrica? ¿Estamos comprando mano de obra infantil, esclava, con plata del Estado? Sabemos que si los buzos se hacen acá se van a confeccionar como Dios manda, con gente que está percibiendo lo que corresponde, en forma totalmente transparente y clara; esto se suma al tema de la trazabilidad. ¿Es muy difícil que el Poder Ejecutivo establezca en el primer llamado de una licitación que las compras públicas tienen que ser de industria nacional y, si la diferencia de precio es realmente abismal, haga un segundo llamado en el que se puedan presentar empresas internacionales? Esto nos cambiaría la vida. Imaginen a todos los trabajadores que sacaríamos del seguro de paro.

Por otra parte, a Paylana se le adjudicó US$ 3:500:000 y no tiene a quién venderle; no tiene qué hacer. Por otro lado, el Estado compra veintiocho mil buzos en el exterior, que son veinte mil kilos de materia prima. Además, el 90% de las fábricas manda trabajadores al seguro de paro durante varios meses y está evaluando la posibilidad de extenderlo porque no hay trabajo. No hace falta hablar de Brasil y Argentina. Asimismo, si entran a un supermercado, observarán que hay prendas colgadas en los percheros que no tienen grifa ni talle, pero tenemos una ley de etiquetado.

A nuestro sector, con muy poco, lo damos vuelta como a una media. Nos vendría muy bien para demostrar que en la peor de las situaciones la condición humana saca lo mejor de sí, no lo peor.

Yo empecé con la empresa en el año 2002, en el peor escenario del mundo. Sin embargo, les puede asegurar que la realidad que tenemos hoy es quinientas veces peor que la que tenía hace diez años. Si hoy me proponen arrancar de vuelta no duro cinco minutos.

La Marina está importando buzos de Inglaterra a US$ 45. Quiero que lo sepan de primera mano. Si alguien tiene alguna información para rebatir lo que dije, se los agradezco.

SEÑOR BATTISTONI.- Esta es una ley que nos costó aprobar, nos costó concertar entre todas las partes. Hubo mucho trabajo desde el punto de vista legislativo. Me siento responsable por tratar de hacer leyes que tengan consecuencia. Como Comisión podremos reunirnos para poner de manifiesto lo que están exponiendo aquí, pero como grupo de legisladores involucrados en el tema de la industria

tendremos que dedicarle tiempo. Debemos tratar de que lo que expresamos a través de leyes puedan cambiar la realidad, especialmente en una industria donde el valor nacional agregado es muy importante.

La exposición que han hecho es muy elocuente.

SEÑOR PRESIDENTE.- Esta Comisión se comprometió en todo el transcurso de elaboración de esta ley. Acompañó la discusión, la votó por unanimidad al igual que el plenario, y siempre nos preocupó mantener una comunicación. Agradecemos al señor Fuscaldo por proveernos permanentemente de datos en cuanto a cómo iba evolucionando la industria. Nosotros tenemos el compromiso de seguir las consecuencias de lo que votamos. En este caso, es obvio que muchos de los objetivos que se perseguían no se han alcanzado.

Comparto que esta ley tiene tres componentes fundamentales y que no se pueden desprender uno de otro. Si hay demoras en algunos aspectos sobre dos temas que damos particular importancia, trazabilidad y formalidad -porque asegura que el trabajo exista y niveles de competencia parejos con el exterior-, tendremos que intervenir ante el Poder Ejecutivo para que la situación de crisis que está viviendo esta industria no avance.

Comparto absolutamente lo que dijo el señor Aldabalde y lo hemos expresado infinidad de veces. No puedo entender que el Estado -gobierne quien gobierne- no dé prioridad a la industria nacional cuando tiene que hacer compras internacionales. Estoy convencido de que haremos las gestiones para tratar de revertir esta situación, al punto de ver la necesidad de legislar al respecto. Es indudable que nuestra industria tiene situaciones muy desfavorables con relación a las industrias internacionales. Es cierto que cuando uno compara precios la oferta internacional es más favorable, pero coincido con que hay que ver los números en su globalidad y que lo que se gana por un lado seguramente se pierde por otro, no solo en cuanto al seguro de paro o los subsidios, sino a situaciones sociales que no queremos que se generen. Estoy seguro de que asumiremos el compromiso colectivamente para seguir tratando el tema. No dudo de las cifras que dio el señor Aldabalde; simplemente, no las conozco. No tengo dudas en cuanto a que eso sea lo que esté sucediendo, y por ello haremos los contactos necesarios -personales o colectivos- a fin de conversar sobre estos aspectos.

Quería hacer este comentario porque creo que es importante que ustedes sepan que lo que vienen a plantear a la Comisión no cae en saco roto. Todos somos sensibles a esta problemática, seguimos el tema y comprendemos lo que está pasando. Por lo tanto, vamos a trabajar juntos para tratar de resolver los temas que se ha transformado en un cuello de botella.

Ustedes también señalaron, al igual que nosotros, que la iniciativa aprobada es una ley modelo, y si funciona también puede servir para otros sectores que estén atravesando una situación difícil. En realidad, ese fue el sentido que todos perseguimos cuando votamos la ley en el Parlamento. En innumerables oportunidades se dijo -eso consta en las versiones taquigráficas- que esa ley no era solo para un sector, sino que constituía un instrumento que podría llegar a aplicarse a otras realidades. Por lo tanto, tenemos que asegurarnos de que realmente funcione.

SEÑOR MOREIRA.- El Sindicato Único de la Aguja fue invitado a Buenos Aires y Nicaragua a concurrir a encuentros centroamericanos a fin de exponer sobre la ley de la vestimenta, la cual se ha tomado como un ejemplo, tanto en el movimiento sindical como en organizaciones de trabajadoras. Esto se debe a que nosotros la hemos difundido, lo que llevó a que nos convocaran para que explicáramos cómo fue posible llegar a una ley de estas características.

SEÑOR PRESIDENTE.- Agradezco la información.

SEÑOR VERRI.- Después de haber aprobado la ley realmente nos preocupa mucho escuchar que la situación del sector está peor que antes, sobre todo teniendo en cuenta que el objetivo era, precisamente, el de mejorar la problemática existente.

Todo esto nos provoca una gran desazón, porque en lugar de haber votado una herramienta útil aprobamos un instrumento inoperante, que no funciona.

Por otra parte, también nos preocupan los datos que se dieron con respecto a las compras realizadas por el Estado en el exterior. En ese sentido, creo que deberemos invitar a los Ministros del Interior y de Defensa Nacional para que nos expliquen las razones por las cuales no compraron productos de industria nacional, y consultarles si es posible cambiar el criterio para favorecer a un sector que, como se dijo, con poca cosa se puede recuperar, y mucho.

La pregunta que quiero realizar es muy puntual. Además, coincido con todo lo expresado por el señor Presidente de la Comisión con respecto a los objetivos planteados al momento de votar la ley. Como se dijo, ustedes forman parte de la Comisión Asesora que creó la ley a través del artículo 6º. Además, según lo expresado, ustedes realizaron una propuesta y una evaluación, de acuerdo con lo que se establece en la iniciativa aprobada. Me gustaría saber cuáles son los motivos por los que el Poder Ejecutivo no ha dado respuesta a todo esto, y si la Comisión se reunió en algún momento. En realidad, tengo dudas con respecto a si dicha Comisión funcionó en alguna oportunidad, ya que eso no me quedó claro. También me gustaría saber si el resto de la ley está funcionando de acuerdo con lo que ustedes esperaban, aunque me quedó claro que lo relativo a la trazabilidad no se logró, lo cual era fundamental.

Hago estas consultas porque tengo la sensación de que no se ha dado importancia a la aplicación de esta herramienta.

SEÑOR FUSCALDO.- He participado del Consejo Sectorial como de la Comisión, y puedo decir que el primer componente, que es el único que se supone que anda, funciona mal. Y digo esto porque todavía no se pagó ninguno de los proyectos presentado y aprobados en el año 2012. No estoy hablando de los que no se aprobaron. En el reglamento interno establecimos que había treinta días para expedirse sobre cada proyecto pero, tal vez por ingenuidad, olvidamos incluir que algún día también se debían pagar. Como dije, los proyectos están aprobados pero como el Estado no realiza las gestiones en forma acelerada, algunas iniciativas se aprobaron hace noventa días y ni siquiera se firmaron los contratos.

La Comisión se reúne habitualmente, pero exclusivamente para tratar proyectos, ya que el Poder Ejecuto no la ha citado con otros objetivos.

Desde el punto de vista empresarial -leí la presentación que hizo el Director Nacional de Industria, doctor Torres- podemos decir que vemos que la preocupación está fijada en la gestión, aunque nosotros consideramos que el énfasis debe ponerse en los resultados. Tal vez tengamos una visión muy empresarial, pero consideramos que lo que importa son los resultados finales.

Yo puedo decirles lo que contestarán los Ministros del Interior y de Defensa Nacional cuando les pregunten por qué se hizo esa compra en el exterior. Seguramente ellos les dirán que tienen un presupuesto acotado y que están obligados a comprar lo que les resulte más barato. En realidad, este no es un problema del Ministerio del Interior ni del Ministerio de Defensa Nacional, sino de quien tiene que mirar todo en su conjunto. En síntesis, lo que se debe saber es que si se paga un suéter nacional a US$ 20 y un importado a US$ 5, teniendo en cuenta que la materia prima cuesta US$ 3, estamos perdiendo US$ 17 de valor agregado, porque salvo lo que importamos, el resto de ese dinero queda dando vuelta en la plaza, en salarios, gastos generales, en los funcionarios de UTE, etcétera. Debe tenerse en cuenta que en esos sectores el valor agregado constituye el 66% del precio de venta. En realidad, es muy alto.

Sin duda, la comparación no alcanza con una preferencia del 10%. Esa no es la cuenta que hay que sacar en vestimenta, sino que se debería medir por valor agregado y no por diferencia de precios.

A su vez, no deberíamos leer la evolución de las exportaciones teniendo en cuenta los dólares, sino también el valor agregado, ya que en el fondo es lo que cuenta. De lo contrario, terminaremos en una polarización de la sociedad y una concentración de la riqueza, tal como ocurre en Estados Unidos, en donde el patrimonio de cuatrocientas personas es igual al de los ciento cincuenta y cinco millones de habitantes de menores recursos. Me parece que nadie quiere seguir ese camino.

Por supuesto que entiendo que es complejo y difícil instrumentar todo esto, ya que es algo novedoso para la Administración. Por eso lo único que les pido es que traten de hacer la quinta parte de lo que le pedimos a los jugadores de fútbol cuando salen a jugar con la camiseta de Uruguay.

Me faltó agregar que todavía no cobramos el subsidio del primer trimestre.

SEÑOR MOREIRA.- Yo no sé si ustedes lo saben, pero el sindicato empezó a luchar por esta ley en 1972. En un principio tenía otra forma y otras características, pero en el fondo se trata de lo mismo, es decir, de la trazabilidad, del trabajo a domicilio y de la formalización. En ese entonces también visualizamos que esa ley debía ser aplicada de determinada manera. Con esto no quiero decir que la iniciativa con la que contamos sea mala o que no cumpla con el objetivo por el que fue creada, sino que tal vez sea difícil de aplicar para el Estado que tenemos.

Valoramos mucho el trabajo de la Dirección Nacional de Industria, como el de la Comisión Asesora, que se reúne, discute, planifica y acuerda, pero es lenta. Y eso es así debido a que todo recae en la Dirección Nacional de Industria, la cual cuenta con cierta cantidad de funcionarios, que son pocos. Además, los funcionarios que deben aplicar la ley a través de la Comisión Asesora también deben cumplir una multiplicidad de tareas en el Ministerio o en la Dirección Nacional de Industria.

Cuando nosotros pensábamos en esta ley visualizábamos una Comisión Administradora, pero se creó una Comisión Asesora. Lo que nosotros planteábamos era la creación de un Instituto, el cual se podía autofinanciar con la etiqueta que debía llevar cada prenda, que tendría un costo mínimo de centésimos. Eso era suficiente como para tener una Comisión que se autosustentara y tuviera otras características y posibilidades.

Reitero que quizás tengamos una ley excelente, pero no puede ser aplicada por el Estado que tenemos, ya que la Dirección Nacional de Industria o el Ministerio no están volcados solamente a esta tarea, y ni siquiera los Ministerios de Economía y Finanzas y de Trabajo y Seguridad Social, que también están incluidos en la ley. Creo que el problema está situado allí; podemos llamar a los Ministros o al Presidente de la República, pero debemos intentar aplicar la ley para solucionar el cúmulo de problemas que se han generado sobre la industria de la vestimenta, y que operan sobre ella. Sabemos que no vamos a solucionar todos los problemas aplicando la ley, pero quizás sí el 60% de las dificultades existentes. Además, se requiere que las cosas se hagan con mayor celeridad, pero es algo que el Estado no puede llevar a cabo.

Podríamos comenzar a conversar sobre algunas otras cuestiones, aunque no sé si en este ámbito. De todos modos, nosotros hablamos en todos los ámbitos cuando tenemos la posibilidad de referirnos a la situación del sector, no importa si lo hacemos ante una Comisión de barrio o del Parlamento, porque estamos convencidos de lo que decimos.

Creo que hay que analizar la forma más adecuada para que la ley pueda empezar a operar de una manera más acelerada, lo que también involucra a los actores sociales. Asimismo, se deberían tener en cuenta los problemas que no pueden ser solucionados por la ley y las medidas que se podrían tomar en ese sentido, ya sea por el Poder Ejecutivo, el Poder Legislativo o generando ámbitos más amplios.

Hace un momento se hizo referencia a una compra pública, y en ese sentido puedo decir que se creó una Comisión que se ocupa de esos temas, en la que participan los empresario y el Poder Ejecutivo -esta es una crítica que hacemos desde el movimiento sindical-, pero no los trabajadores. A nosotros nos gustaría hacerlo a fin de dar nuestra opinión y aportar datos, que no siempre están relacionados con el valor del dólar, las exportaciones o los temas comerciales, pero que tienen que ver con el componente social.

SEÑOR DE SOUZA.- En primer lugar, quiero agradecer la presencia de la delegación. No tenía conocimiento de la información brindada por la delegación con respecto a las compras realizadas por el Ministerio de Defensa Nacional y el Ministerio del Interior. Obviamente, siempre creí que la ley era una herramienta excelente, pero no estaba al tanto de que no se hubieran logrado los objetivos planteados. En ese sentido, me parece muy bien que se venga al Parlamento para informar sobre la marcha de esa ley y el efecto práctico que ha tenido.

Comparto plenamente lo manifestado por el señor Presidente de la Comisión. Por más que el marco regulatorio y la ley sean muy buenos, si no se pueden aplicar no sirven de mucho. Es lo mismo que sucede en Derecho, ya que lo importante es tener buenos Jueces, aunque las leyes no lo sean tanto. Si un Juez tiene una buena ley pero la aplica mal, no sirve, pero si el Juez es bueno, aunque tenga una mala ley, se puede revolver y sacar una sentencia adecuada. Aquí ocurre lo mismo, ya que lo que importa es lo que pasa en la práctica, es decir, cómo incide todo esto en la actividad, ya que lo que se busca es que la industria de la vestimenta pueda desarrollarse de una manera adecuada, concitando mano de obra y haciendo posible que se pueda vender, trabajar y recuperar al sector.

De todos modos, deberíamos analizar los mecanismos administrativos y de gestión que puedan ayudar a cambiar la realidad que se está atravesando. Además, si se requiere alguna modificación de rango legislativo, creo que la Comisión está dispuesta a instrumentarla. Hay que buscar la forma de agilizar o agilitar la puesta en práctica de la ley.

Reitero que me han desasnado con respecto a una cantidad de cosas que no conocía.

SEÑOR LEMA.- Comparto todo lo manifestado por el resto de los colegas. Sin duda, se trata de una industria que no se puede dejar caer.

En el artículo 9º de la Ley Nº 18.846 -por medio del cual se crea la Comisión Asesora- se dice que la Comisión debe definir los indicadores y llevara cabo su seguimiento. Por lo tanto, sería bueno saber cuáles fueron los indicadores planteados desde un principio y conocer los resultados que se obtuvieron a fin de complementar los diferentes criterios subjetivos que se fueron aportando, teniendo en cuenta la situación en que se encuentra la industria en este momento.

A su vez, quiero hacer una consulta con respecto a lo manifestado por el señor Moreira. Todos sabemos que contamos con una ley que genera consenso político y social. El señor Moreira dijo que solo el 60% de las dificultades existentes se podrían solucionar con esta ley y con la fiscalización del Poder Ejecutivo. En ese sentido, quisiera saber cómo se podría solucionar el resto de las dificultades existentes, el 40%, a fin de tomar alguna otra medida que permita mejorar la situación, y así impedir la caída de la industria de la vestimenta.

SEÑOR MOREIRA.- En realidad, al referirme a las dificultades existentes utilicé porcentajes, pero no fue mi intención que el concepto fuera tomado en forma porcentual. Lo que quise decir fue que si hubiera un sistema nacional de compras públicas -no solo para la vestimenta, sino también para todo lo que compra el Estado- que priorizara determinados aspectos, sería un complemento sustancial de la ley.

Con respecto a cómo desarrollar la industria en el sector exportador, acabamos de decir que hemos consensuado una propuesta que no implica costos para el Estado y significa un avance para la competitividad del sector, no solo para el exportador, sino también para el que trabaja para el mercado interno.

Lo que apuntamos con la ley es a solucionar los temas de formalización del sector y de asegurar -como decía el señor Aldabalde- que sigamos sin tener trabajo infantil y sin trabajar en condiciones lamentables, como ocurre a nivel internacional. Los aspectos más comerciales van por otro lado y esta ley no los soluciona.

Podemos tener la aplicación de esta ley en un ciento por ciento, pero si hoy Argentina tiene un plan de desarrollo de la industria de la vestimenta a nivel nacional -como está ocurriendo-, que implica una grifa nacional llamada "Ropa Nacional y Popular", que está subsidiada por el Estado y que, además, que un pantalón puede valer $ 400, obviamente la ley no va a solucionar que le podamos vender a ese país.

Por otro lado -como decía el señor Fuscaldo-, esta industria no compite con la de los países de Oriente, pero se complica en el mercado interno, porque si se importa esa cantidad de ropa a esos precios -que ni siquiera son los costos nacionales-, obviamente la industria nacional se retrae.

Lo que quiero decir es que la ley soluciona un aspecto que para nosotros es sustancial desde el punto de vista de la formalización, de las condiciones de trabajo, etcétera, pero no soluciona los problemas comerciales. Quizás los problemas comerciales van por otro lado. Nos parece que es viable que el Estado atienda cómo compra, dónde compra, y cómo se asegura, por ejemplo, que la ropa que compra no fue confeccionada en el

edificio que se desmoronó en Bangladesh, en el que hubo trescientos muertos. ¿Cómo sabemos que esa ropa no viene de ahí?

Creo que esos componentes también ayudan a que el sector se desarrolle de una forma mucho más profunda.

SEÑOR FUSALDO.- Me gustaría contestar sobre los indicadores de evaluación.

El punto 2.7.4 del Reglamento Interno de la Comisión Asesora de la Vestimenta dice: "Se definen y cuantifican los objetivos del artículo 1º de la ley 18.846 a efectos de que el Poder Ejecutivo informe al Poder Legislativo sobre los resultados de la aplicación de la presente Ley al final de cada año.- Se medirá la mejora de la competitividad a través de:.- a) Incremento de las ventas de empresas nacionales al mercado interno (producción vs mercado aparente) e incremento de las exportaciones".

Estos son los datos que mencioné que habíamos caído: el volumen de la producción total cayó, con lo cual cayó la venta, y aumentaron las importaciones, por lo que las importaciones tomaron parte del mercado local, es decir que se produjo el proceso inverso.

Continúo leyendo: "Objetivo: aumentar a una tasa del 10% anual en volumen físico las ventas al mercado interno por empresas nacionales y exportaciones, ratio adicional: evolución de la balanza comercial impor/export;" -todos estos ratios van para otro lado; por eso estamos sentados acá- "b) indicador de la evolución, concentración vs diversificación de mercados. Suma de exportaciones ponderadas por coeficiente de diversificación de mercado (*)/ exportaciones totales." Con el atraso competitivo y la crisis del norte, esto ha tenido una regresión; es decir, hemos quedado encerrados en Brasil y nos cerraron la puerta en la cara en Argentina. Esto forma parte del otro 40% que decía Moreira.

En cuanto a la diversificación de mercados, las condiciones de competitividad han hecho lo contrario; nos han encerrado dentro del Mercosur, con todos los inconvenientes que esto tiene, a pesar de que todavía hay alguna empresa que sigue yendo a otros mercados.

Por otro lado, las exportaciones a México también han venido cayendo y ni qué hablar a terceros mercados.

Para mejorar la productividad, el Reglamento dispone: "Se medirá crear fuentes de empleo con mano de obra calificada a través de cantidad de capacitaciones realizadas anualmente por cada empresa. Alcanzar un 10% de los fondos asignados al componente 3 a este rubro." -al rubro de capacitación- "Se medirá disminuir el empleo precario a través Evolución de mercado informal (captando la incidencia del mercado informal por la diferencia entre el Consumo aparente, la Producción, las exportaciones y las importaciones)". Hoy estamos en el orden del 50% o más del mercado informal, y cada vez que mandamos gente al Seguro por Desempleo, se da que mientras lo está cobrando, trabaja en el mercado informal. Por lo tanto, el sistema es doblemente perverso.

Continúo con lo que dice el Reglamento Interno: "RATIO 2: Evolución del personal ocupado (aportantes al BPS) comparado con encuesta INE. Objetivo: Reducir el trabajo informal 10% el primer año, 20% a partir del segundo e idéntica cifra sobre el saldo pendiente a fin de bajar de 14000 a 4000 personas en los 7 años". de esto no tengo datos como para medirlo, pero me da la sensación de que no cambió- "Medir descenso de enfermedades profesionales vinculadas al sector tomando los registros anuales de BPS y BSE. Objetivo: Reducción de porcentaje de enfermedades profesionales según registro de BPS y BSE a determinar de forma anual por la Comisión Asesora.- Otro indicador para medir este objetivo será la comparación interanual de las estadísticas del Banco de Seguros del Estado y del BPS. Reducir a una tasa del 7% anual la tasa de morbilidad del Banco de Seguros del Estado tanto por accidentes como por enfermedades profesionales.- Para medir la eficiencia en lograr los objetivos de la ley se utilizará el siguiente indicador Evolución del ratio: pérdida fiscal por mercado informar vs costo incentivos a la formalización o reducción de la informalidad. Objetivo: reducción del 15% anual".

Creo que los ratios están bien, fueron consensuados y hay buena disposición. Los problemas son de gestión; no sé si por la cantidad de empleados.

Quiero dejar en claro que no es un problema puntual de la Dirección Nacional de Industrias. Probablemente sea un problema del Estado, pero las cosas funcionan, por el mecanismo que sea; lento, pero funcionan.

Tenemos la sensación de que, políticamente, hay cosas a las que, por algún motivo, en algún momento alguien le pone el palo en la rueda.

Voy a citar solo un par de las medidas que habíamos propuesto. Una de ellas era aplicar en forma eficiente el etiquetado -que ya tenemos-, no la trazabilidad. Empecemos por lo que ya tenemos. Mientras hacemos lo de la trazabilidad, apliquemos lo que está, que implica que un decreto internalice una resolución del Mercosur del año 2007, para tener el mismo sistema de etiquetado que tienen Brasil y Argentina, porque si bien Uruguay está comprometido a hacerlo, todavía no lo ha hecho, y esto nos genera serios problemas. Me refiero al cumplimiento de la Resolución Nº 33 de 2007 del Grupo Mercado Común. Según el Anexo VII de dicha resolución, Uruguay está obligado a hacerlo, ejerciendo los controles correspondientes. Se entiende que el Área de Defensa del Consumidor es el órgano competente en la materia, y nos informaron que en diciembre ya había tomado a diez personas a esos efectos. Dicho decreto debería tomar solamente lo relativo a los Capítulos 61 y 62, ya que lo referido a la fabricación de artículos textiles es reducida y multiplicaría la necesidad de control.

Nosotros reclamábamos la trazabilidad y que Uruguay cumpliera su compromiso con el Mercosur y llevar el arancel externo común -según Capítulos 61 y 62- al mismo nivel que Argentina y Brasil. Todas estas medidas eran para lograr los objetivos de la ley. La ley no dice cómo se logran los objetivos, y hay que hacerlo, porque solos no salen.

SEÑOR ALDABALDE.- No estamos pidiendo que se nos solucione el ciento por ciento de los problemas que pueda tener la actividad empresarial. Va a haber problemas que son inherentes a cualquier actividad industrial -no comercial- que los entendemos y los asumimos; lo único que pedimos es no entrar a jugar perdiendo cinco a cero con ocho jugadores.

El señor Fuscaldo hizo mención al arancel externo común. Nosotros, por lo general, escuchamos decir que a Uruguay el Mercosur no le sirve, pero también debemos hacer un poquito de autocrítica. Hoy, Uruguay tiene un 20% de arancel externo común, particularmente en vestimenta, contra un 35% que tienen Brasil y Argentina.

Voy a comentar otro dato con respecto a cifras. A mí me gusta manejar cifras, sobre todo para salir un poco de lo abstracto y para que ustedes puedan dar cierta dimensión a los temas que estamos hablando.

Uruguay viene aumentando sus importaciones de forma pareja; según la Nomenclatura Arancelaria 61.10 -que es la que corresponde al tejido de punto-, en los años 2012 y 2013, llegó a más de un millón y medio de unidades. Entre todos los fabricantes de tejido de punto de Uruguay -los que trabajan en plaza y los exportadores- no llegamos a fabricar 200.000 prendas en el año. El trabajo está; lo único que estamos pidiendo es la posibilidad de trabajar en condiciones razonables; arrancar, no idéntico, pero por lo menos parecido, para poder demostrar lo que somos en la cancha, pero estamos arrancando perdiendo, y mal.

Cito otro ejemplo: una parte de nuestra producción se destina a plaza. Nosotros importamos materia prima que viene de Italia. Es un hilado cardado que en Uruguay no se fabrica porque no hay más hilanderías de hilado cardado para bonetería desde hace muchos años. Ese hilado paga 16% de recargo, un 4% menos que la prenda que va a venir y que van a vender en el local de al lado en el shopping. Es muy difícil. ¿No podemos poner materia prima sobre todo lo que no se fabrica en Uruguay dentro de la excepción de carga arancelaria del Mercosur? Tenemos 200 artículos, ¿no hay lugar para alguno más? Todo este tipo de cosas están comprendidas en ese 40% que mencionaba el señor Moreira.

Siempre que hablamos de los problemas de la industria textil de la vestimenta quedamos circunscriptos al Mercosur.

Tengo otro dato sorprendente: hay una empresa nacional que está exportando prendas de tejido de punto a China. ¿Sorprendente, no? Pero pasa, y les voy a contar por qué. China es el principal productor de millonarios del mundo, y busca calidad. Tenemos que ver el bosque; no podemos quedar circunscriptos al Mercosur. No tenemos los mejores vecinos o los vecinos que nos gustaría tener en este momento de la historia. Entonces, vamos a armar un equipo de venta; vamos a salir a vender a nivel mundial. Con nada nos tapamos de trabajo.

Sería bueno que pudiéramos atender estas cosas que decimos. No tengo dudas de que es voluntad de todos poder bajarlo un poco. Eso cambiaría la realidad y pasaríamos de ser el sector que está en peores condiciones a ser el sector ejemplar.

Además, contamos con una situación muy favorable: tenemos muy buen diálogo entre los trabajadores y los empresarios; no hacemos papelones. Es muy poco lo que necesitamos para convertirnos en el buque insignia de la industria de la vestimenta y demostrar cómo podemos lograrlo. Sin tener mucha planificación todos coincidimos en esto.

Hoy, es la primera vez en mi vida que veo al señor Moreira, y si ustedes comparan lo que él comentaba con lo que yo estoy diciendo, verán que coincidimos. Si pretendemos seguir existiendo, es imposible no atacar esos puntos, pero tiene que ser quirúrgico. Todos sabemos que los grandes números más o menos se cuidan solos y que van a mejorar, pero hoy el tema es quirúrgico.

SEÑOR CARBALLO.- Me parece sumamente importante e interesante tener de primera mano la evaluación de cómo ha venido trabajando esta Comisión asesora.

Hace un momento comentábamos con el señor Diputado Battistoni que en el transcurso del trabajo previo a la aprobación de esta ley, este debe ser el sector que más veces hemos recibido en forma conjunta los trabajadores con la patronal. Más allá de las diferencias que puedan existir en temas puntuales, tienen una visión común con relación a este tema.

Nosotros asumimos una responsabilidad en ese sentido: llevar adelante el intercambio que se dio en esta Comisión con respecto a esta ley.

Conocemos el grado de responsabilidad, porque acá no solamente estamos hablando de los 20.000 trabajadores que pertenecen a este sector. También nos preguntamos cuántos otros tantos miles de trabajadores de otros rubros están esperando que esta ley, que se ha aplicado como algo inédito en nuestro país, sea un éxito, se pueda tener resultados favorables y aplicar en otros rubros productivos. Para nosotros es importantísimo alcanzar los objetivos que se han trazado de la mejor manera.

Nos preguntamos qué sería del sector si no existiera una ley de esta naturaleza. Recuerdo que cuando se discutió este proyecto de ley, en muchos de sus artículos estábamos modificando la redacción de una ley del año 1940. Por lo tanto, han pasado muchísimos años sin que se tratara un proyecto de ley de esta naturaleza, que nos permitiera una adecuación desde el punto de vista legislativo para generar esas condiciones de intercambio.

Creo que muchos de los aspectos que han planteado, tanto los trabajadores como los empresarios, son de recibo y partimos de la base de que no todas las soluciones para el sector van a salir a través de la compra del Estado. Partimos de la base de que se viene aplicando desde hace un tiempo en el Estado, particularmente en algunos rubros, priorizando lo que tiene que ver con la industria nacional. Nos consta, por ejemplo, que en la industria de la vestimenta hay algunas empresas públicas que han priorizado generar el empleo nacional, dando posibilidades a que aquellas cooperativas o núcleos de trabajadores puedan proveerlas de los elementos necesarios para el sector; y hay ejemplos bien concretos en el país. Creo que esa es una de las soluciones en la que todos tenemos responsabilidad para poner un poco más de cabeza. Partimos de la base de que todos, más allá de las visiones que podamos tener, trabajamos firmemente con la idea de priorizar la producción de nuestro país. En ese sentido, compartimos todo lo que se dijo con respecto al valor agregado.

Entre otras cosas, se mencionaron las dificultades que hay con la Comisión asesora y lo lento que es el proceso. Quiero hacer una consulta al respecto. El artículo 4º de la reglamentación de la ley establece la integración de esa Comisión. A mí me interesa saber cuáles son los representantes del Estado en esa Comisión que están cumpliendo y cuáles no. Quiero saber si algún representante de los Ministerios de Economía y Finanzas, de Trabajo y Seguridad Social y de Industria, Energía y Minería, que integran el Poder Ejecutivo, no está asumiendo su responsabilidad en esa Comisión asesora.

Quisiera que nos informaran sobre esto. Lo planteamos en estos términos porque, como dijimos al principio, es una enorme responsabilidad que esto funcione y de la mejor manera.

Compartimos la idea de que hay que tratar de mirar el bosque y no el árbol, pero se dijo también que a través de las políticas que se han venido aplicando se nos había encerrado dentro del Mercosur. Mi pregunta es si también se entiende que, en este rubro en particular, el hecho de estar en el ámbito del Mercosur nos ha dado la posibilidad de ingresar a mercados a los que antes no llegábamos.

En cuanto a la capacitación, que también fue contemplada a nivel legislativo, queremos consultar si se ha podido avanzar algo.

SEÑOR FUSCALDO.- Tal vez no transmitimos bien los cuestionamientos que nos merece la Comisión. En realidad, nosotros no cuestionamos su funcionamiento. La Comisión tiene un buen relacionamiento. Por el Ministerio de Economía y Finanzas siempre va representación; la que concurre es la economista Teresa Chaves. El tema no es quién va, sino qué piensa o qué quiere el que va, o si tiene ideas propias que están por sobre el mandato de la ley.

Algunas veces hemos tenido que llamar la atención acerca de que la obligación de la Comisión no es hacer una ley distinta, tomar diferentes caminos de los que marca la norma o hacer una interpretación antojadiza. Hemos tenido que decir que estamos solo para cumplir lo que dice la ley. No podemos inventar una ley ni interpretarla como queramos.

En algunos casos, los compromisos que ha asumido el Ministerio de Economía y Finanzas, a la fecha no se han cumplido. No digo que no hayan querido cumplirlos, pero no lo hicieron, y habían quedado comprometidos en que funcionara la parte de defensa del consumidor y, en el mes de diciembre, también se habían comprometido a internalizar el decreto de etiquetado, porque como no teníamos la trazabilidad, nos parecía que el mejor ejemplo, la mejor práctica para adelantar era aplicar lo que estaba. La cuestión es que, si no aplicamos lo que está, ¿para qué vamos a inventar algo nuevo? ¡Tampoco lo vamos a aplicar!

Con respecto a la capacitación, se ha hecho algo, pero no demasiado; es algo que hay que profundizar. Pero lo que debemos tener en claro es que primero el negocio tiene que ser negocio. En empresas que se van contrayendo, que van perdiendo puestos de trabajo, el tema no es la capacitación, porque la capacitación es para crecer, no para achicarse, y a las empresas se las obligó a achicarse.

Creo que con esto contesto las dos preguntas del Diputado Carballo.

SEÑOR MOREIRA.- Comparto la apreciación que hacía el señor Fuscaldo acerca de la Comisión.

Voy a hacer un agregado sobre la capacitación. Aclaro que es muy difícil capacitar, porque ni siquiera tenemos oferta de quien capacita. El sindicato discutió durante tres años con UTU para tener una currícula que se acercara a lo que requiere el sector industrial. UTU enseñaba el oficio de modista, pero no a trabajar en una fábrica. Eso logramos mejorarlo.

Aunque el Presidente de la Cámara no está presente quiero informar que logró consensuar con el sindicato una experiencia piloto a desarrollar en la ciudad de Artigas, donde se capacitará a 370 mujeres desocupadas. Se maneja la posibilidad de generar en esa ciudad un emprendimiento que brinde hasta 200 puestos de trabajo. Quiero señalarlo por la importancia que tiene hacer una apuesta así en un sector de estas características y con estas dificultades. Si esta prueba piloto resulta bien, podrá ser tomada como modelo para la capacitación de todo el sector.

SEÑOR PRESIDENTE.- Quiero informarles que la Comisión estuvo hace pocos días en Artigas, reunida con la Intendenta, quien mencionó como modelo esa iniciativa que la Comuna está particularmente interesada en desarrollar.

SEÑOR ALDABALDE.- Voy a hacer dos precisiones acerca de lo que comentaba el Diputado Carballo.

Es verdad: ¡qué sería de nosotros hoy sin la ley! Pero también hay que preguntarse qué sería de nosotros si aplicáramos bien la ley. Ese es el primer punto.

Quiero aportar un dato más, que no sé si conocen. En la década del ochenta y antes las empresas textiles tenían hasta el 46% de reintegro. Capaz que en aquella época, con el 46% de reintegro, no era necesaria una ley como esta, que es de emergencia, de CTI; entendámoslo así.

Con respecto a la capacitación les voy a contar una anécdota. En 2010, como empresa, nos pusimos a disposición de la UTU para brindar la tecnología bastante de punta que tenemos, que es la que nos permite existir, y ofrecimos cursos gratuitos. Yo hice una tecnicatura sobre mecánica textil y programación en Alemania. Nos comunicamos cinco veces con la UTU y fui una vez personalmente, pero todavía estoy esperando que me llamen. Les ofrecíamos la instalación de una máquina de última generación en el local de UTU que quisieran y yo iba a donar horas de clase acreditadas. Repito: todavía estoy esperando que me llamen. Ni siquiera entendieron qué les ofrecimos.

Hago este planteo hoy nuevamente por si alguien quiere levantar el guante.

SEÑOR FUSCALDO.- Para cerrar quiero decir que hay una visión de que las empresas de que la inversión extranjera directa es la solución de casi todos los problemas. Yo creo que la inversión extranjera directa y las empresas que vienen a radicarse al Uruguay son buenas, pero son funcionales a los gobiernos. Lamentablemente, las Pymes solo son funcionales a la sociedad.

SEÑOR PRESIDENTE.- Les agradecemos muchísimo vuestra presencia en la Comisión. Vamos a continuar trabajando conjuntamente con ustedes en estos temas.

SEÑOR FUSCALDO.- Quedamos a las órdenes para cuando necesiten algo.

(Se retira de Sala la delegación de la Cámara Industrial de la Vestimenta y del Sindicato de la Aguja)

(Ingresan a Sala representantes de la Aprosod, Asociación de Productores y Realizadores de Cine del Uruguay)

SEÑOR PRESIDENTE.- Tenemos el gusto de recibir en la Comisión a una delegación de la Asociación de Productores y Realizadores de Cine del Uruguay, integrada por los señores Diego Fernández, Presidente; Sebastián Bednarik, Vicepresidente, y Esteban Schroeder, miembro del la Asociación, quienes concurren acompañados por la Secretaria de la Aprosod, señora Alejandra Francia.

Han sido invitados a los efectos de que participen en el debate y análisis que estamos llevando adelante con respecto al proyecto de ley de medios de comunicación audiovisual. Nos pareció muy importante contar con vuestra opinión; por eso les agradecemos mucho que hayan venido a la Comisión.

Por otra parte, les adelanto que en unos minutos voy a tener que retirarme, pero la Comisión seguirá funcionando, con la Presidencia del colega Diputado Verri.

SEÑOR SCHROEDER.- Soy miembro de Asociación de Productores y Realizadores de Cine del Uruguay desde su fundación. Por eso, me toca hacer una breve presentación y agradecerles muchísimo que nos hayan recibido para que podamos expresar nuestras ideas, sugerencias, propuestas y reflexiones sobre este proyecto de ley que, a modo de adelanto, diremos que nos parece un proceso relevante para el país.

En general, creemos que es una muy buena propuesta, pero queremos manifestar alguna preocupación urgente sobre algunos aspectos que podrían mejorar la iniciativa.

La posibilidad que ofrece el proyecto de ley de reordenar nuestro espacio audiovisual nos parece una buena manera de coronar un proceso positivo del país. Nosotros nos sentimos parte de un proceso virtuoso que está atravesando nuestro país, que ha consistido en el surgimiento y la consolidación de la expresión cinematográfica nacional. En muy poco tiempo logramos revertir la situación de vivir en un país donde el cine parecía una utopía y pasamos a vivir en un país orgulloso del cine que tiene. Ese ideal, esa ilusión es el eje de nuestra labor como asociación profesional que, más allá de los que están formalmente asociados, representa el sentir de la totalidad de un movimiento que tiene un fuerte factor generacional que provocó este

cambio. Insisto en que, desde nuestra perspectiva, quizás este sea el cambio más relevante de la historia cultural reciente del país.

Cuando se habla de cine se hace referencia a una expresión humana que es arte e industria en niveles muy difíciles de consensuar. Las políticas públicas deben atender al cine como expresión artística, y desde ese punto de vista, tienen que cuidar la labor del autor, que es el núcleo de todo este complejo proceso técnico-artístico que constituye la obra audiovisual en su conjunto. Pero también deben atenderse los factores de inclusión social que, sin duda, tiene esta actividad. Todo esto es lo que se viene generando y constatando en el país. En muy poco tiempo pasamos de no ser considerados en el amplio espectro de la industria audiovisual internacional a ser un país reconocido por la calidad de su obra artística y de las realizaciones de sus autores.

También se van generando niveles de participación y de inclusión que son relevantes, sobre todo, desde el punto de vista de los jóvenes. Nos parece que este proyecto de ley tiene lineamientos que van directamente en esa dirección y queremos hacer algunos planteamientos que apunten a aspectos que pueden fortalecer el desarrollo del sector y aspectos de carácter industrial que pueden traer aparejados resultados de inclusión social relevantes.

Planteamos esto a modo de introducción. Quedamos a disposición para colaborar en todo lo que pueda generarse.

SEÑOR BEDNARIK.- En principio, nuestra postura general ante el proyecto de ley es de apoyo. Nos parece muy importante y propicio el momento en el que se presenta la iniciativa. Es una ley que esperamos desde hace muchos años y sobre la que trabajamos activamente en 2010, en el ámbito del CTC, Comité Técnico Consultivo. Entendemos que contiene aspectos muy amplios, en cuya discusión ya participamos. No formamos parte de la Coalición, pero sí coincidimos en muchas de las observaciones que hace con respecto al proyecto en general.

Decidimos que hoy nos centraríamos en un aspecto que tiene varias partes: el aspecto industrial de la ley, con un eje de modelo de negocios sobre la televisión pública y el fomento del sector audiovisual. Eso lo va a exponer el señor Diego Fernández. El "background" que tenemos en el armado de modelos de negocios o de plan de fomento lo hemos adquirido con el FONA de la Intendencia de Montevideo, en cuya creación participamos activamente, y también con el Fondo de Fomento del Instituto del Cine y el Audiovisual del Uruguay.

SEÑOR FERNÁNDEZ.- Los productores y realizadores somos la bisagra en lo audiovisual entre lo cultural y social y lo industrial. No es casualidad que con un pequeño fondo como el FONA a nivel departamental, en el que hay participación de los canales privados y los operadores de cable, se hayan logrado muchas cosas mediante un régimen de coparticipación. Hay una Comisión administradora donde están los canales, los productores, el poder público, y eso es una experiencia exitosa que queremos manifestar claramente porque tiene que ver con lo que vamos a plantear. Me parece que puede haber un nuevo salto en el desarrollo del audiovisual, entendiéndolo como una actividad que tiene un aspecto cultural y social, pero también un componente industrial importante. Hoy, la cultura es el 0,8% del PBI, medido por la Dicrea; pasó a la industria textil.

Hay dos aspectos importantes a tener en cuenta. Comenzaré por la televisión pública. El proyecto está bien en cuanto a reorganizar los medios públicos, pero nos da cierto resquemor de que la televisión pública siga atada a los recursos que le asigna Rentas Generales. Históricamente, hemos tenido una herramienta de educación y penetración en los hogares como la televisión pública muy mal aprovechada. Nos dimos cuenta de que muchas veces se le exigía a la televisión comercial que no hiciera cosas que tampoco estaba haciendo la televisión pública. En la medida en que la televisión pública esté más alejada del poder político de turno, ya sea en cuanto a cómo o quién dirige esa televisión pública y cómo se financia, se permitirá una mayor planificación. Hay que exigir que con esos recursos se logren ciertos objetivos de fin público, pero se la debe distanciar lo más posible del poder político de turno porque las asignaciones presupuestales son las que dan la posibilidad o no.

En los últimos años, vimos como la televisión pública solo con la gestión, sin mayor inversión, cambió radicalmente. Se pasó a tener una televisión nacional que mira un gran porcentaje de la población con cierto

orgullo. Fue una transformación radical que solo se hizo con gestión; si esa mayor inversión se diera con objetivos claros, con conducción profesional, podríamos tener una televisión pública de la que los uruguayos se sientan orgullosos, como sucede en Argentina con Canal Encuentro o en Inglaterra con la BBC que, además, es uno de los mayores exportadores de documentales de naturaleza, es decir, desarrolla modelos de negocio y no se queda simplemente en ofrecer contenidos.

La televisión pública actual está mejor ordenada que la que teníamos, pero no se ve claramente cuál sería la apuesta para que pueda cumplir con los objetivos y los requisitos que se le va a plantear en la ley con respecto a la cantidad de producción y a cómo va a poder pegar ese salto cualitativo.

Con la televisión pública tenemos la oportunidad de reafirmar nuestra identidad. Tenemos una deuda histórica con nuestra población en cuanto a ofrecer una televisión pública de calidad, sin competir. Evidentemente, la televisión pública no tiene como finalidad ofrecer los mismos contenidos que la privada, pero tiene la obligación de llegar a la audiencia y ser masiva. No tiene sentido tener una televisión pública que no sea vista por los propios uruguayos. Hay una combinación entre generar productos de calidad que también puedan llegar.

En los documentos que dejamos a la Comisión citamos otras experiencias. Pero no solo planteamos las de Reino Unido, sino las de países cercanos que nos hacen preguntar: "¿Por qué nosotros no podemos replicar algo así?"

En cuanto a la televisión comercial, hay un aspecto fundamental, que es el fondo de promoción del sector audiovisual. Se replicó la experiencia que tuvimos con el FONA. Mediante un pequeño fondo que aportaron los canales se formó el desarrollo de una industria cinematográfica en cantidad y calidad, con crecimiento sostenido. Esos mismos productos volvieron a la televisión privada. Por ejemplo, el año pasado Canal 12 organizó un ciclo de cine nacional y fue un éxito; dio diez o quince puntos de "rating". Hasta fue una sorpresa para ellos mismos. Tenemos que aprovechar algo de esta ley, que es transformar el modelo de negocios imperante en la televisión. Hoy en día, el modelo es la venta de pauta. Se venden tantos segundos de pauta, se pone la programación que cueste menos y lo que queda es ganancia. Como no ha habido exigencias en cuanto al tipo de producción, que no es regular contenidos, sino establecer los parámetros, se alentó a que muchas veces quien arriesga menos es quien tiene mayor rentabilidad. Es como el ejemplo de los chanchos. Uno le da de comer basura y otro se preocupa de mejorarlo genéticamente y darle ración, y termina obteniendo más rentabilidad el que le da de comer basura. Por eso no ha habido generación ni exportación de contenidos de calidad desde la televisión. Ha sucedido en el cine y no en la televisión, principalmente porque ese es el modelo de negocios imperante

Está claro que eso es parte del modelo de negocios, pero nosotros pretendemos que con esta ley y con el fondo de promoción del sector audiovisual se desarrollen otros modelos de negocios. Si existe un fondo de promoción del sector que es robusto, financiando en buena medida por el cable, que es el que factura más pero el que ofrece menos generación de producción, los canales privados -esto no lo inventamos nosotros; en Chile hay una experiencia similiar- se presentan a ese fondo, junto con productores independientes, para captar recursos para producir. En Chile hay series de ficción, programas infantiles; el fondo abarca una cantidad de tipo de productos. Los canales se presentan con productores independientes para captar esos recursos. Esto permite que un canal privado pone $ 2 para el fondo, pero si busca los proyectos de mejor calidad, puede obtener $ 5. Quien presente los mejores proyectos, puede tener una relación superavitaria con relación a lo que está poniendo y, en realidad, porque está financiado más por el cable que por la televisión abierta. Además, el que se esfuerza por hacer mejor las cosas obtiene la financiación de un producto que luego, al comercializarlo, va a ser más rentable porque su producción estuvo financiada en parte y, a su vez, va a tener la posibilidad de colocar esos productos en el extranjero. ¿De qué forma? No de forma aislada, que es lo que viene sucediendo, sino en conjunto con los productores con quienes hicieron los proyectos. En Chile, luego de que los proyectos se hacen, una delegación de productores y canales va a Cannes a vender sus productos. Eso es más fuerte que si se va para tratar de contactar a alguien. Se genera una forma de promover la exportación de contenidos.

Uruguay no puede aspirar a volumen. Por ejemplo, Venezuela tiene una enorme capacidad de producción. Uruguay tiene que apostar, como en otras áreas de la economía, a generar productos de calidad. De diez que se hacen no todos van a ser un megaéxito, pero sí se puede generar un volumen de producción de calidad, acorde con nuestro mercado -porque la capacidad existe-, del cual se pueda generar un porcentaje. Eso

cambia el modelo de los negocios y la forma de relacionarse de los canales. Los canales no solo se van a preocupar por vender pauta, sino que se van a especializar en captar los mejores proyectos y mover esos productos que generan hacia afuera.

Esto no lo inventamos nosotros. Cuando en 2009 se presentó el proyecto de ley que pretendía regular la cuota de pantalla televisiva, cuando Andebu vino al Parlamento argumentó: "En un mercado de corto alcance como el nuestro, la calidad no se obtiene por descarte ni pretendiendo que el talento surja por generación espontánea, sino que es necesario promover políticas concretas y específicas de estímulo y apoyo". Esto es lo mismo que nosotros estamos planteando: promover políticas de estímulo desde la visión industrial que va a tener su redundancia en promover lo cultural y, por ende, lo social. Más adelante, con relación al proyecto de la cuota de pantalla expresaron: "[...] lo único que hace es fijar cuotas de difusión en las emisiones de radio y televisión, sin proponer ningún sistema ni mecanismo específico, como lo podrían ser, por ejemplo, los fondos concursables -que ya se han aplicado en nuestro país y que han funcionado muy bien- [...]". Andebu argumentó lo mismo que nosotros estamos planteando en este momento.

Reafirmamos que nuestra visión no es simplemente la de productores que queremos dinero, sino que pretendemos que con esta oportunidad del fondo se desarrolle un sector que tiene todas las capacidades para hacerlo; lo desarrolló en la parte de cine y publicidad. Tenemos la nueva oportunidad de contar con un plan que no va a ser a dos años, pero en el cine en una década se pasó de producir nada a producir diez películas por año. Si apostamos a esto, pasaremos de no exportar prácticamente ningún contenido televisivo a tener una cierta facturación y, por qué no, a alcanzar a la industria cárnica que es el 1,4% del PBI.

¿Cómo hacer esto? La ley lo sugiere, pero creemos que la apuesta debe ser mayor. Según los cálculos de lo que plantea la ley en cuanto al cobro principalmente de la televisión por abonados, lo que se recaudaría para el fondo, del que hay que descontar gastos de funcionamiento de todo lo que se crea, es el 1% de la facturación del cable. Lo que se le cobra por abonado es menos del 1% de lo que cada abonado paga por mes. Lo que hace el cable es traer señales extranjeras y distribuirlas. Tenemos una relación extremadamente deficitaria como sociedad en cuanto a los contenidos a través del sistema de televisión.

Proponemos llevar ese 1% de facturación al 3,5%. En vez de 2,1 UI proponemos llegar a 7,35 UI. Esto no es un impuesto, sino una reinversión en un mismo sector, haciendo que lo que menos aporta al desarrollo del sector compense el estímulo a la producción del sector en su conjunto. Además, se suman nuevas tecnologías al desarrollo del I+D+I y puede tener vinculación con la ANII. Hay nuevas plataformas para desarrollar, pero necesitamos un fondo que no reparta unos pocos recursos entre algunos proyectos, sino que pueda lograr ese objetivo transformador.

Esto tiene un componente sumamente importante, que es el desarrollo local. Hay una deuda histórica en el interior del país por la centralización de contenidos que se ha dado desde la capital y su distribución en el interior. Son muy pocas las posibilidades de desarrollar contenidos locales. Quizás los recursos que se obtienen para este fondo por el cable puedan quedar en un fondo local departamental para que se estimule la producción local, siempre con fondos concursables, apostando a la calidad. Eso va a permitir que la misma plata que el cable genera en Treinta y Tres estimule y financie la producción propia local, que será elegida por su calidad de proyecto y que también se difundirá en Treinta y Tres. Esto podría ser revolucionario. Siempre recuerdo que el canal de Florida puso una cámara fija apuntando a la plaza y se transformó en un éxito, porque su gente estaba acostumbrada a ver a la gente de Montevideo. Tienen necesidad de verse ellos mismos. Esto no es algo tan caro ni difícil de implementar. Con un fondo de desarrollo local también se van a desarrollar más capacidades porque más gente va a querer participar y generar proyectos. Vale aclarar que este sector tiene un índice de valor agregado; no utiliza materias primas, recursos naturales. Es una industria fundamental a desarrollar para ampliar la diversificación industrial del Uruguay.

Por otra parte, quiero citar la versión argentina de una serie que se llama "En terapia", que trata de la relación del psicólogo con sus cinco pacientes su mujer y su psicoanalista; tiene ocho personajes. Eso perfectamente se podría haber hecho en Uruguay. Se trata de un formato que compró HBO, lo replicó y distribuyó a todo el mundo. Lo compró Argentina, así como muchos países, para rehacerlo. Esa serie es de origen israelí, un país pequeño. Estos son los ejemplos que Uruguay puede lograr. Para eso necesitamos que haya una visión industrial que estimule, no con una apuesta de dos o tres años, sino de una década, período en el que se habrá logrado la transformación y hablaremos de la industria de la cultura audiovisual del Uruguay como un aspecto de desarrollo del que todos estaremos orgullosos.

(Ocupa la Presidencia el señor Representante Verri)

—— Además, para los canales va a ser un negocio. No estamos planteando que le vamos a sacar a los canales para producir. Hay que dar las posibilidades para que se transforme el modelo de negocio. Queremos ser socios con los canales en desarrollar contenidos. A la larga, como sucede en otros países más desarrollados, ellos mismos van a ver que tenían un área de negocio que no estaban aprovechando y que les va a ser muy beneficioso.

SEÑOR PEREIRA.- El fomento de la producción nacional es una de las grandes innovaciones de esta ley de medios. Intenta contribuir al desarrollo de un área que es bien importante para la generación del empleo nacional.

Leyendo rápidamente la documentación que nos dejaron -luego la leeremos con mayor detenimiento-, observo las inversiones de los últimos años en esta materia. ¿Qué relación tiene esta inversión con la cantidad de trabajo que genera? ¿Qué cantidad de puestos de trabajo genera? ¿Cuáles son las diferentes especialidades que entran en juego? Formulo estas preguntas para calibrar bien de qué estamos hablando. Imagino que más allá de los actores, hay involucrada una cantidad de especialistas y gente de producción. Sería bueno que nos ilustraran al respecto.

SEÑOR BEDNARIK.- Voy a hablar de experiencias personales, pero también sectoriales. El cine -también se puede entender el audiovisual- es uno de los productos culturales que mayor involucramiento tiene con otras artes. Cuando se hace una película o cualquier audiovisual, no solo están los actores, sino también los artistas plásticos, escenógrafos, montajistas, sonidistas, músicos, etcétera. Una película involucra aproximadamente a cien personas entre la etapa de desarrollo y de distribución.

La mayoría de los técnicos -quizás por una cuestión de coyuntura-, cuando realizan una película, tienen un sueldo alto debido a la publicidad, lo que muchas veces se traslada a la producción de contenidos. En realidad, cualquier técnico o participante de cualquier producto audiovisual tiene un sueldo promedio mensual de $ 20.000, o más, y muchas veces los productores trabajamos para que la cifra de técnicos baje, ya que necesitamos que los proyectos sean rentables. Por eso buscamos que los proyectos puedan hacerse con cincuenta trabajadores, y en casos muy excepcionales, con diez personas.

SEÑOR FERNÁNDEZ.- La medición de datos es muy reciente; recién ahora la Dicrea está logrando evaluar y comparar cifras. De hecho, está por salir un libro muy interesante que recoge datos desde 2009. La producción nacional desde esa fecha hasta 2013 se duplicó gracias a que se aprobó la ley de cine.

En ese sentido, también puedo decir que el Instituto de Cine y Audiovisual afirma que entre seis mil y ocho mil personas viven de esta actividad. Pero esta cifra puede incrementarse en forma puntual cuando se lleva acabo determinado proyecto. Por ejemplo, si bien un músico no pertenece al sector audiovisual, puede formar parte de un proyecto si es el encargado de hacer la música.

Sin duda, estamos hablando de gente con cierto nivel educativo, ya que en la última década ha aumentado la formación universitaria con respecto a la comunicación audiovisual. Esto también ha dado lugar a la participación de mucha gente joven, lo que es un aspecto muy importante. En realidad, quienes pretenden medir estas cifras se enfrentan a algunas dificultades, ya que las productoras nos adaptamos a los diferentes tipos de proyecto. Nosotros nos somos empresas establecidas, como lo son los canales de televisión, que tienen una gran plantilla de empleados, sino que ampliamos y reducimos la cantidad de personal en función de los proyectos a llevar a cabo. Por esa razón somos un sector muy dinámico, porque una empresa que cuenta con cinco empleados, de pronto, puede producir un proyecto con cien empleados, y luego volver a reducir su estructura.

Esta dinámica, sin duda, permite que se realice un cruce de actividad. Digo esto porque hace un momento se consultó acerca de cuáles son las empresas que hacen cine, animación o televisión, pero eso no es tan fácil de definir, porque son muy pocos los casos en los que no se cruzan las actividades. Esto también sucede porque hoy en día no se puede pensar, por ejemplo, en un programa de televisión sin planificar o proponer una

instancia web o un punto de actividad que involucre una convergencia digital. Por lo tanto, para ello hay que aliarse con una especializada en software. Esto es lo que hace que el sector sea tan dinámico, lo cual también permite que haya crecido más el volumen de personal calificado que de empresas. Creo que esa es la clave que indica por qué ha crecido tanto el sector.

Los fondos públicos han venido de atrás porque la ley de cine se aprobó en 2008, pero esa actividad ya se realizaba en el país, ya que el sector tiene la capacidad de captar recursos de afuera, lo que es algo novedoso. El 90% de las producciones uruguayas son generadas en coproducción con otros países. Por lo tanto, lo que se busca es captar socios que inviertan en determinado proyecto, haciendo que crezca al valor económico y las posibilidades de producción.

Entonces, si el fondo promoviera la exportación de contenidos, cuando los productores y los canales salieran a vender, no solo ofrecerían puntualmente un producto, sino que también establecerán alianzas y ofrecerán servicios. Además, el comprador preguntaría qué otras cosas hay para vender y hasta plantearía la posibilidad de trabajar juntos. Creo que si esto sucediera se podrían captar socios afuera y, muchas veces, en países que tienen mercados más grandes y que pueden invertir más dinero que nosotros.

SEÑOR SHROEDER.- A partir de la promulgación de la ley del artista estamos en un proceso creciente de formalización del sector. Por supuesto, No tenemos números concretos porque todo es muy reciente, pero en la práctica profesional se puede notar, lo cual celebramos. Eso, sin duda, era una deficiencia importante al momento de proyectar políticas públicas de respaldo al sector, pero a partir de la aprobación de la ley, que fue promulgada recientemente, hay una formalización relevante.

SEÑOR BATTISTONI.- En primer lugar, quiero agradecer la presencia de tres importantes directores de cine de nuestro medio.

Estamos en medio de la discusión de un proyecto de ley relativo a los servicios de comunicación audiovisual, y tal vez, al contar con la presencia de esta delegación estemos comenzando por el final de la iniciativa.

Sin duda, hay muchos otros temas que hacen al servicio audiovisual, pero me parece que el uso de los fondos por la utilización de la frecuencia es de suma importancia, ya que entiendo que lo que ustedes hacen como productores audiovisuales forma parte del trabajo de esta Comisión que, en definitiva, es tratar los temas de industria.

Nosotros hemos hablado frecuentemente de lo que significa para el país contar con una matriz productiva diversificada, y creo que la producción audiovisual, de cine o televisión, forma parte de dicha matriz.

Los números me interesan mucho -también se los adelanto a los compañeros de la Comisión- porque me parece que el origen de todo esto está en la explotación de algo que, según la Unesco, es patrimonio de la humanidad, y lo administra el Estado uruguayo, lo cual debe hacerse de la forma más democrática posible, pero reconociendo que hay una explotación comercial, que debería ser promotora de lo que ustedes acaban de decir.

Como se ha dicho aquí, me parece que la industria del cine, con esta explosión de productos cinematográficos, ha demostrado que es gasolera, es decir, que con poco ha hecho mucho.

Sin duda, ya estamos acostumbrados a que en el centro de la ciudad se corten calles para llevar a cabo audiovisuales o comerciales, y la cantidad de gente que trabaja en ello para hacer una toma de un día es impresionante. Yo vivo en Avenida del Libertador, y a cada rato se corta la calle para llevar a cabo alguna actividad en este sentido.

Yo me quiero dedicar al tema y creo que el Estado uruguayo puede hacer un aporte a la iniciativa de la producción audiovisual, fomentando y haciéndole punta al lápiz, es decir, teniendo en cuenta los números que parten del uso de la radiofrecuencia.

Por supuesto que quisiéramos que se hiciera un balance teniendo en cuenta el aumento de la producción y de la calidad, pero si no nos arriesgamos como para que haya un fondo suculento que permita promocionar muchos proyectos, inclusive, arriesgados, creemos que no se podrá fomentar la industria.

Por otro lado, también debemos pensar en la demanda que generará el Servicio Nacional de Radio y Televisión, que es una veta que tal vez no ha sido demasiado explotada. En ese sentido, me preocupa mucho el contenido audiovisual educativo. Es más, creo que en Uruguay -tal vez sea arriesgado decirlo- falta experiencia en ese sentido, o no la hay. Por lo tanto, creo que debemos romper ese círculo vicioso, ya que considero fundamental que la televisión apoye en forma paralela al sistema educativo. Ahora tenemos el Plan Ceibal y en el futuro contaremos con el Servicio Nacional de Televisión, lo que hace necesario generar contenidos y especialidades en el terreno del audiovisual educativo. Por supuesto, estoy hablando para los miembros de la delegación pero también para los compañeros de la Comisión, ya que el tema me interesa mucho, razón por la cual me voy a dedicar un tiempo a analizar la forma de asimilar un canon, tal como se hizo cuando tratamos la ley de minería. En ese caso hablábamos de la explotación del material del subsuelo, que es patrimonio de todos los uruguayos, y se le impuso un canon. Quisiera saber a cuánto podría equivaler el canon en esta área, a los efectos de contar con una equivalencia entre una y otra cosa.

SEÑOR FERNÁNDEZ.- Nosotros también estudiamos los números y por eso consideramos que lo que proponemos, no solo es lo adecuado, sino también justo. En realidad, con ese canon nosotros generaríamos algo que volvería a todos los ciudadanos uruguayos a través del aire, lo que sería muy democrático; sin duda, con ese canon vamos a generar productos de calidad, que estarán disponibles en todos los hogares. Además, se fomentará un modelo de negocios que le servirá a los canales privados.

Por otra parte, tal como dijo el señor Diputado, la televisión pública tiene un rol fundamental en cuanto al aspecto educativo, lo que es difícil de lograr comercialmente. De todos modos, creemos que a través del Fondo se puede lograr que esto también se lleve a cabo en la televisión privada, ya que también le servirá obtener financiamiento.

Sin duda tenemos un estatus quo histórico en cuanto la televisión privada comercial, pero la culpa no es del chancho sino de quien le rasca el lomo, ya que nunca se le exigió nada. Por lo tanto, nunca vimos códigos de autoregulación. En ese sentido, podemos decir que se emite un programa infantil en la tarde -esto lo digo a título personal- conducido por una vedette que aparece posando en las tapas de las revistas que se venden en los quioscos. Ese ha sido el concepto de televisión para niños que ha manejado la esfera privada, porque se ha regido estrictamente por lo comercial y no por la calidad

Creo que en esa área hay mucho camino que recorrer, a los efectos de que se fomenten productos de calidad para niños y adolescentes, porque hoy en día, con las nuevas tecnologías, no solo son importantes las formas de difusión, sino también el contenido. En Estados Unidos se dice que el contenido es el rey, y aquí también debemos apuntar a ello.

SEÑOR SCHROEDER.- El Diputado se refirió al concepto de canon, y en ese sentido quisiera decir que tenemos la posibilidad de repetir una experiencia y de beneficiarnos del camino recorrido.

Yo tuve la oportunidad de participar en las negociaciones que se llevaron a cabo para conformar aquel canon que dio lugar al FONA y a la creación de TV Ciudad. Esa fue la primera vez que eso se dio en el país, y las discusiones y los argumentos eran muy parecidos a los expuestos ahora, ya que también existía el temor de condicionar un negocio que de por sí es pequeño, pero finalmente celebramos, porque fue el instrumento inicial de todo el proceso. De todos modos, hablamos de US$ 240.000 como canon de un negocio de varios millones. Por lo tanto, ahora podemos replantearnos el tema, ya que tenemos experiencia en el asunto debido a que también se ha discutido sobre el canon en otros sectores. Creo que esta vez debemos sancionar, acordar y consensuar un canon que constituya un estímulo para el desarrollo global del que estamos hablando.

SEÑOR LEMA.- Me gustaría que amplíen información que está detallada en el material que entregaron a la Comisión.

En este material se hace referencia a la experiencia de Chile, y supongo que se incluyó porque fue exitosa. Aquí se habla del Consejo Nacional de Televisión y se detallan su funciones, entre otras, se habla del correcto funcionamiento de los servicios de televisión, pero también de supervigilar y fiscalizar los contenidos para no atentar contra la dignidad de las personas. Por lo tanto, me gustaría saber si pueden ampliar esta a

información, ya que el señor Fernández dijo que aquí no se están regulando los contenidos. Creo que la fiscalización puede llegar a través de la negativa; de esa forma, sin querer, puede hacerse una regulación.

SEÑOR FERNÁNDEZ.- En realidad, si se encarga a alguien la supervisación se corre el riesgo de que se exceda en su función, pero en el caso de Chile eso funciona bastante bien.

El Consejo Nacional de Televisión está integrado por personalidades reconocidas y aprobadas por el Parlamento, ya que se consideró que al ser personas idóneas iban a conservar cierto criterio independiente del sentido político. En realidad, se trata de personas que serían recomendadas por la sociedad para ocupar esos cargos. En Chile, generalmente, las sanciones van por el lado económico, y se aplican según ciertos preceptos, los cuales están muy claros.

Esto también sucede en Nueva Zelanda. En una oportunidad me dediqué a estudiar el modelo de ese país, que tiene una tradición anglosajona. En ese país, como dije, sucede lo mismo, ya que cuenta con un Consejo que también tiene la potestad de sancionar cuando se transgreden ciertos preceptos, que figuran claramente en la web. Por lo tanto, las sanciones no son discrecionales, sino que se aplican cuando se pasan por algo ciertos conceptos, que fueron acordados por la sociedad.

Por ejemplo, en Chile, hace pocos años, el Consejo sancionó a algunos de los canales por el uso de determinada música al transmitirse la noticia de la aparición de una menor que había desaparecido, la cual acentuaba la dramatización de la información que se estaba brindando. Los que no se pasaron de la raya quizás informaron más, pero no utilizaron una forma que a la sociedad le chocó.

Creo que debe ser muy claro el código al cual tienen que atarse y que tenga una aprobación realmente amplia; me parece que ahí está el contrapunto.

Reitero que se aplica en Chile, Nueva Zelanda y otros países. Es la forma de atajar a quien va a estar representado que, de todas maneras, debe tener un amplio apoyo del sistema político, que trascienda lo político- partidario, pero con normas establecidas. La persona no puede decidir en función de su criterio personal; tiene que haber normas establecidas y, en ese sentido, hay referencias para tomar en cuenta.

SEÑOR PRESIDENTE.- La Comisión está comenzando el tratamiento de este proyecto de ley de medios y, por lo tanto, tiene una gran cantidad de delegaciones para recibir. Lo que hacemos es escucharlas y tratar de tomar aquellas cosas que creemos que puedan ser viables para mejorar el proyecto.

De más está decir que lo que ustedes hacen es un orgullo para todos los uruguayos, porque con los pocos recursos que a veces tienen logran reconocimientos internacionales. Entendemos que es más que valioso y justificado el planteo que hacen de que pueda haber más recursos para mejorar aún más la muy buena calidad de la producción uruguaya.

Agradecemos su visita y, si es necesario, los vamos a volver a convocar.

(Se retira de Sala la delegación de Asoprod)

——Se da cuenta de un asunto entrado: "Producción de combustibles alternativos renovables y sustitutivos de los derivados del petróleo".

Si están de acuerdo, este punto será considerado en la próxima sesión de la Comisión.

(Apoyados)

—— Comunico a los integrantes de la Comisión que la delegación del PIT- CNT no concurrirá.

(Ingresan a Sala representantes de la Coalición de la Sociedad Civil por un Política Democrática de Comunicación)

—— La Comisión tiene el agrado de recibir a una delegación de la Coalición de la Sociedad Civil por una Política Democrática de Comunicación integrada por la señora Cecilia Lucas y los señores Sergio Mautone, Edison Lanza, Fernando Gelves, Javier Pérez y Álvaro Queiruga.

SEÑOR LANZA.- Quiero agradecer, en nombre de la Coalición, la invitación que nos hicieron para ofrecer nuestro punto de vista y algunos aportes que hemos preparado.

Enviamos a la Comisión un trabajo sistematizado de aportes para incorporar a la discusión del proyecto de ley.

La Coalición por una Política Democrática de Comunicación es una coalición de organizaciones de la sociedad civil vinculadas a diversos colectivos y a la defensa de diversos derechos. Entre ellas están las vinculadas a los periodistas, a la defensa del derecho a la información y a la libertad de expresión, al colectivo de mujeres, al colectivo LGTB, de niños, niñas y adolescentes, a personas con discapacidad relacionadas con el derecho de acceso a la información pública y a la libertad de expresión, etcétera. Somos casi treinta organizaciones y venimos trabajando en este proceso desde hace más de cuatro años.

La Coalición participó, junto a distintos actores vinculados a la comunicación, del Comité Técnico Consultivo que elaboró las bases de este proyecto de ley. Precisamente, estamos preparando una suerte de comparativo entre el informe final de ese comité técnico consultivo y el proyecto de ley para que los legisladores puedan ver qué aspectos de ese trabajo fueron contemplados en la iniciativa y cuáles no.

Creemos que este es un antecedente importante porque en ese Comité Técnico Consultivo estuvieron representados los más diversos actores vinculados a la comunicación, no solo de la sociedad civil sino también de la Academia, el sector empresarial, distintas organizaciones vinculadas también a las empresas de medios de comunicación, la radiodifusión comunitaria, etcétera. Reitero que ese antecedente es importante porque hubo consenso y una discusión abierta y transparente sobre este tema. En ese sentido, el proyecto de ley no es una casualidad sino que es producto de ese proceso.

Pensamos que es oportuno que se discuta el tema en este momento y que se resuelva en esta Legislatura en virtud de que esta regulación es una deuda que tiene el Parlamento y el Gobierno con la democracia, porque seguimos regidos por una ley aprobada durante la dictadura, que tiene una filosofía contraria a los principios democráticos y, además, una cantidad de omisiones, lagunas y falta de precisión en muchos aspectos, que ha ambientado a algunos excesos o abusos en la comunicación.

Entrando en la consideración del proyecto de ley, lo primero que queremos decir es que compartimos plenamente la filosofía en cuanto a las garantías y la defensa para el ejercicio de la libertad de expresión.

Ustedes no tienen por qué saberlo, pero en varios países de la región se está discutiendo, en este momento, sobre este tema. En ese sentido, tenemos todo tipo de experiencias; algunas que no compartimos y otras que no compartimos tanto.

En el caso de este proyecto de ley debemos decir que recoge integralmente los estándares del Sistema Interamericano de Derechos Humanos. Esa fue una de las conclusiones del Comité Técnico Consultivo y el reflejo de eso está en el texto. O sea que garantiza la libertad de expresión para los medios de comunicación, para los periodistas y para las personas. A texto expreso prohíbe la censura previa, que ya estaba recogida en el artículo 29 de nuestra Constitución, pero también manifiesta la prohibición de que el Estado pueda incurrir en cualquier clase de censura indirecta. Ese tipo de definición hoy no está recogida en ningún ordenamiento jurídico de la región. Por lo tanto, cualquier mecanismo de presión indirecto que pretendiera ejercer algún funcionario del Estado o algún organismo está prohibido a texto expreso

También garantiza la independencia editorial y la cláusula de conciencia para los periodistas. O sea que en ese sentido es muy garantista, y creemos que hay que destacarlo como un avance.

Obviamente, ninguna libertad es absoluta y hay que armonizarla con el goce de otros derechos de las personas. En este campo esto es especialmente sensible porque asistimos a una historia muchas veces de discriminación de algunos colectivos en los medios de comunicación, de discriminación por omisión y también explícita. Sabemos que esto se ha esgrimido por algunos sectores como una limitación y creemos

que no es así. Uruguay ha aprobado las Convenciones de derechos humanos, y los derechos humanos son integrales. Por lo tanto, hay que integrar la libertad de expresión a los derechos de niños, niñas y adolescentes, de las mujeres y de los distintos colectivos. Entonces, los Capítulos que refieren a derechos vienen a llenar ese vacío.

Creemos que el principio general es la libertad de expresión; la excepción son algunas pequeñas restricciones para respetar derechos que están en otras Convenciones y que, hasta ahora, nuestra comunicación lo había ignorado. Queremos puntualizar esto como marco general, porque es importante.

Nos vamos a referir a dos o tres Capítulos del proyecto. Básicamente, queremos comentar algunos problemas que creemos que tiene la iniciativa y que son perfectamente mejorables. El artículo 1º del proyecto establece que su objeto es regular la prestación de servicios de Radio, Televisión y otros Servicios de Comunicación Audiovisual en forma independiente de la plataforma por la cual se transmita. Eso lo consideramos totalmente del caso porque es una concepción antigua regular radio, televisión, etcétera. Hoy son servicios de comunicación audiovisual que pueden transmitirse por múltiples pantallas, por múltiples plataformas.

Sin embargo, el literal a) de ese artículo excluye de la regulación de la ley a los servicios de comunicación que utilicen como plataforma la red de protocolo internet. La Coalición no comparte esa exclusión, porque se excluyen los servicios de comunicación de un panorama de permanente transformación tecnológica y en medio de un irreversible proceso de digitalización y convergencia. No sabemos por dónde terminarán viendo las personas los servicios de comunicación audiovisual. Seguramente, van a seguir existiendo la radio y la televisión, pero también a través de internet, de los "smartphone" y de las "tablets" se van a poder recibir todos estos servicios. Pensamos que en tanto sean servicios de comunicación audiovisual deben estar regulados por esta futura ley porque, si no, vamos a estar conformando una institucionalidad y una serie de políticas que rápidamente pueden dejar de ser aplicables para aquellos servicios que se transmitan por internet si se mantiene esta exclusión.

Sabemos que hay algún celo -en particular de parte de Antel- en cuanto a las empresas de telecomunicaciones. En el artículo 47 se prohíbe la propiedad cruzada y también ser titulares de servicios de comunicación tradicionales. Nosotros creemos que es independiente de si están autorizados, o no. Hoy no se necesita autorización para transmitir a través de internet. Está bien; la autorización no es necesaria porque internet permite una cantidad infinita de servicios. Que esa autorización no se brinde o no esté incluida en este proyecto de ley no nos parece un problema, sí nos parece un problema que en tanto servicios de comunicación audiovisual no se le apliquen todas las regulaciones que este proyecto de ley dispone.

Ahora me voy a referir al Capítulo sobre control y concentración de medios audiovisuales. Este es un tema que en Uruguay tiene una larga discusión. Sabemos que en la comunicación hay grupos concentrados verticalmente que acaparan una gran cantidad de frecuencias, tanto en radio como en televisión y televisión abierta. Muchas veces nosotros nos referimos a los Canales 4, 10 y 12 como los más concentrados. Si bien algunos de ellos son de los más concentrados, también hay grupos en el interior del país que concentran una gran cantidad de frecuencias.

En esto el proyecto de ley está en consonancia con la legislación internacional. La propiedad y el control de los medios de comunicación tienen que estar sujetos a leyes antimonopólicas, porque pueden restringir y conspirar contra la democracia y la pluralidad. Eso está establecido, por ejemplo, en el artículo 12 de la Declaración de Principios de la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Por lo tanto, está muy bien que el proyecto, en su artículo 42, regule y prohíba la formación de oligopolios y monopolios.

Un primer detalle es que el artículo 42 se refiere únicamente a los monopolios y oligopolios privados. Nosotros creemos que son tan enemigos de la libertad de expresión los monopolios y oligopolios privados de la comunicación como un monopolio público. Hoy no los tenemos y estamos muy lejos de tenerlos, pero creemos que a la hora de legislar en forma integral el sector no estaría de más aclararlo.

En el artículo 44 la norma sobre de servicios de comunicación audiovisual prevé límites para la acaparación de frecuencias, tanto en televisión abierta como en radio AM y FM, lo cual compartimos plenamente. Reitero que es un dato de la realidad que existen conjuntos económicos que no son declarados como tales pero que operan como grupos económicos. El proyecto establece una serie de instrumentos para determinar la titularidad, propiedad y control de esos medios, pero habla, básicamente, de personas físicas o personas

jurídicas, y hace una referencia al pasar de los grupos económicos, pero no los define. Entendemos que en una ley de esta naturaleza, en un capítulo tan importante como este, para otorgar garantías a todas las partes habría que incluir una definición precisa, un concepto jurídico bien determinado sobre qué es un grupo económico.

En el documento que les entregamos proponemos una definición de grupo económico que si bien la adaptamos a lo que son las comunicaciones, no la inventamos. El proyecto de ley de megaminería que se está discutiendo en el Parlamento incluye una definición de grupo económico y el Banco Central maneja otra; nosotros las estudiamos y definimos el concepto.

Otro aspecto vinculado con la prevención de oligopolios tiene que ver con el uso de testaferros. Sabemos que hay algunas prácticas de uso de testaferros en la comunicación; el proyecto hace referencia a eso, pero no incluye ninguna sanción a quien los use. Entonces, proponemos que entre las facultades del Consejo de Comunicación Audiovisual, que va a aplicar la ley, se incluya la posibilidad de que se revoque la licencia de aquellos operadores que utilicen testaferros para controlar medios de comunicación. Esto está contenido en el artículo 168.

Con respecto a este Capítulo también proponemos -esto no está en ningún artículo; podría ser una disposición transitoria- que se mandate al Consejo de Comunicación Audiovisual a que, luego de asumir y en un plazo breve, que podría ser de 120 o 180 días, realice una auditoría y determine qué grupos económicos exceden los límites legales de concentración. Sabemos que hay un plazo de cinco años para adecuarse a la ley, pero nos parece interesante que ese procedimiento esté presidido por la determinación de los grupos y por un proceso administrativo que permita establecer cuáles son los que, en la actualidad, superan los límites de concentración establecidos por la norma. Una vez determinado cuáles son los que exceden los límites legales, se abriría el plazo de cinco años para que se adecuaran a la nueva normativa. Pero insisto en que hay que hacer una investigación previa porque, como ya dijimos, muchos de estos grupos no están declarados, sino ocultos.

Por otra parte, hacemos referencia a la propiedad cruzada, cuya prohibición está establecida en el artículo 47, según el cual no se puede ser titular de un servicio de comunicación audiovisual y de una licencia para operar en telecomunicaciones. Compartimos esa definición, pero llamamos la atención sobre la necesidad de estudiar otros casos de propiedad cruzada. Por ejemplo, en muchas capitales de los distintos departamentos del país un mismo grupo es propietario de una licencia de televisión para abonados, de televisión abierta y de varias frecuencias de radio, es decir que el mismo grupo es titular de todos los tipos de medios posibles en una zona geográfica. Nos parece del caso que se estudie la posibilidad de prohibir que en una misma localidad se pueda ser titular de licencias para televisión abierta y de televisión para abonados. Eso no está en el proyecto; lo dejamos como una propuesta.

Otro tema vinculado tiene que ver con la concentración de la programación. No solo se da concentración por la vía de la acaparación de frecuencias, sino que también puede darse por medio de la acaparación de los contenidos. El contenido que un grupo económico o canal de televisión produce en Montevideo luego es distribuido en todo el país. Y lo mismo puede pasar con las radios; muchas veces, radios de Montevideo retransmiten sus contenidos en todo el país. Eso constituye un problema concreto. No nos gusta hablar con nombre y apellido pero, lamentablemente, en este caso hay que hacerlo: se trata de Rutsa y Equital. Los tres canales privados más importantes que tenemos en el país han formado sociedades anónimas para comercializar sus contenidos hacia empresas de menor porte. Sobre todo Rutsa se maneja con la televisión abierta de todo el país y Equital con la televisión por cable. Creemos que el resultado final ha sido un empobrecimiento de la producción televisiva y, sobre todo, la inexistencia de producción local.

Este es un problema que no está reflejado en ningún capítulo del proyecto. Nosotros proponemos que se estudien algunas medidas para prevenir conductas contrarias a los principios de la competencia en materia de comunicaciones. Aclaro que en el texto que aportamos hay un error: figura "en materia de telecomunicaciones", pero debería decir "en materia de comunicaciones".

La idea es que el Consejo que aplique la ley tenga alguna herramienta para intervenir en contratos que a veces son leoninos o en prácticas como esta, por la que se empaqueta la programación de los Canales 4, 10 y 12 y prácticamente es impuesta a todos los canales del interior, a cambio del manejo de un porcentaje de la pauta publicitaria. Este es el mecanismo que se utiliza y por el cual todo el país ve la misma programación. Creemos que este es el momento para prevenir este tipo de conductas, porque podemos trabajar mucho en la

propiedad de los medios, pero si al final se van a ver obligados a reproducir la programación de Montevideo, el efecto va a ser el mismo.

El artículo 46 del proyecto previene la concentración por acaparación de audiencias; establece el límite de 25% de los hogares a nivel nacional para las empresas que tengan una licencia nacional de televisión para abonados. Creemos que al día de hoy esta disposición tiene nombre y apellido y se aplica a una sola empresa, que es Direct TV. Nos parece que se debería buscar una fórmula para generalizar esta limitación. ¿Por qué apuntar solo a las empresas de cable que tengan una licencia nacional? ¿Por qué no pensar que hay muchos grupos económicos que tienen licencias en distintos departamentos? Por ejemplo, los permisarios de Canal 4 tienen licencia para televisión para abonados en Montevideo, Maldonado, Colonia y Rocha. ¿Por qué no aplicar el límite del 25% a aquellos casos en que haya licencia para televisión para abonados en distintos departamentos? Repito que, tal como está formulado el artículo, hoy solo se aplicaría a Direct TV.

También nos preguntamos por qué no aplicar un límite de 35% a nivel departamental; lo planteamos porque muchas veces hay monopolios de servicios de televisión para abonados en lo departamental. Dejamos planteada esta propuesta.

Paso al capítulo de diseño institucional. La Coalición para una Comunicación Democrática ha postulado desde el comienzo que un sistema de medios necesariamente debe diferenciar al diseñador de la política pública, que debe ser el gobierno -en este caso, se dispone que sea la Dinatel, radicada en el Ministerio de Industria, Energía y Minería-, el encargado de fiscalizar y regular el sistema. El gobierno o uno de sus Ministerios no pueden ser juez y parte; no pueden diseñar la política y, a la vez, regular su aplicación. Por eso, celebramos que el proyecto cree un Consejo de Comunicación Audiovisual encargado de aplicar la ley; sin embargo, hay algunos aspectos relativos a la autonomía del gobierno y a la independencia de sus miembros que nos parece que deberían ser precisados.

Sería una garantía para todos los actores -para los privados, para los públicos y para la sociedad civil- que este Consejo tuviera garantía de autonomía y de independencia, tanto en lo que hace a sus integrantes como a algunas de sus atribuciones. Recuerdo un estándar internacional contenido en una declaración conjunta de los relatores para la libertad de expresión de la ONU, la OEA y otros sistemas de derechos humanos que establece que, dada la importancia de las funciones que debe cumplir este tipo de organismos encargados de aplicar y fiscalizar el cumplimiento de la regulación en materia de radiodifusión, es importante que sean independientes, tanto de la influencia del poder político, como de los intereses de los grupos económicos.

En este sentido, la Coalición propone que se introduzca un mecanismo de selección y designación de los medios del Consejo, de modo de garantizar que tengan trayectoria en el campo de la libertad de expresión, los derechos humanos y los medios de comunicación. El proyecto indica que de los cinco miembros que constituyen el Consejo, dos son designados directamente por el Poder Ejecutivo y tres son designados por el Poder Ejecutivo, previa venia del Senado. En este caso se pueden aplicar distintos modelos. A nosotros nos parece que el país ya avanzó en un modelo interesante de regulación de derechos, como es el de la Institución Nacional de Derechos Humanos y Defensoría del Pueblo; por eso proponemos que los cinco integrantes de este Consejo sean designados por un mecanismo similar. La idea es que los ocupantes de estos cinco cargos sean designados por la Asamblea General en forma directa, por dos tercios de votos y bajo un sistema de selección transparente y público, que repito que ya fue utilizado para elegir a los miembros del Consejo Directivo de la Institución Nacional de Derechos Humanos y Defensoría del Pueblo. Se propone que en el trámite de la ley se incorporen mecanismos de participación de la sociedad civil en la designación de los integrantes de este Consejo Directivo. Además, como forma de contribuir al debate, proponemos un artículo concreto que los señores Diputados decidirán si les parece interesante considerar o no. Básicamente, la idea es despolitizar este organismo y dotarlo de la mayor independencia y autonomía posibles. Para ello, sugerimos que se cambie la posición institucional. Está previsto que dependa de la OPP, pero pensamos que podría ser un servicio descentralizado o que podría depender del Parlamento, como la Institución Nacional de Derechos Humanos y Defensoría del Pueblo. Hay distintos modelos a considerar sobre esto que creemos que es un punto débil del proyecto, tal como está redactado.

Otro punto vinculado con la independencia es el tema de las sanciones. El Poder Ejecutivo se reserva la posibilidad de aplicar sanciones graves a los medios de comunicación audiovisual. La verdad es que no entendemos muy bien para qué hay una autoridad de aplicación independiente y especializada si finalmente las sanciones más graves las va a aplicar el Poder Ejecutivo. Creemos que todas las sanciones deberían ser

aplicadas por el Consejo. Si hubiera impugnaciones o revisión de las decisiones, seguirán el curso del derecho administrativo, que incluye la presentación de recursos, la participación del Tribunal de lo Contencioso Administrativo, etcétera.

Compartimos la decisión de dotar a los medios públicos de un diseño institucional que garantice la independencia y una mayor autonomía del gobierno, así como la creación del Sistema Nacional de Radio y Televisión Público del Uruguay, más allá de la naturaleza jurídica que tenga. Sabemos que se ha generado algún debate, sobre todo con los funcionarios públicos, acerca de si va a ser una persona pública no estatal o un servicio descentralizado. Digamos que ese es un aspecto instrumental, pero lo importante es que, por primera vez, haya cierto grado de autonomía del Ministerio de Educación y Cultura en los medios públicos.

Para terminar voy a referirme a dos temas.

Nos parece importante y complejo el tema al que refieren los artículos 93 y 94 del proyecto de ley, relativo a los arrendamientos, las cesiones y la indelegabilidad de la prestación del servicio por parte de los titulares de los medios. Si ustedes reparan en ese artículo, el principio general es que el titular de una licencia es el que debe prestar directamente el servicio; por eso antes se le hizo presentar un proyecto de comunicación, etcétera. Sin embargo, en el literal a) del artículo 94 se invierte ese principio, pues se permite a los licenciatarios vender o ceder hasta el 75% de la programación. Esto es un contrasentido, porque el mismo artículo que define que el principio es que el titular tiene que prestar el servicio, se le permite ceder prácticamente toda la programación. No sabemos si se trata de un error, pero la Coalición entiende que hay que revisar estos porcentajes. Sabemos que la realidad en algunos casos hoy marca porcentajes de este tipo; a veces, el titular de una licencia arrienda, subarrienda o cede el 70% o el 80% de la programación, pero creemos que no puede ser que alguien obtenga de esto una renta, como si fuera una suerte de estancia; no puede ser que se dé una licencia, un bien público, y que sea parcelado o subarrendado. Por algo hay un compromiso con un proyecto de comunicación.

A este respecto consideramos que, por ejemplo, el 40% de cesión es un porcentaje más que adecuado; se podría agregar el 20% a un mismo tercero. Hacemos esa propuesta, pero puede ser objeto de discusión.

Finalmente, nos parece grave lo dispuesto por el artículo 99, que refiere a las condiciones requeridas para ser titular de un medio de comunicación. El artículo establece, con acierto, que no puede ser titular de un medio de comunicación un Juez, legislador, policía o militar en actividad, ni quien desempeñe cargos políticos o de particular confianza; eso lo compartimos. También se trata de prevenir la concentración por lazos familiares o societarios, con sociedades extranjeras, etcétera. Pero en el artículo 99 se agrega que "no serán aplicables a aquellos servicios de comunicación cuyos titulares hayan obtenido la autorización o licencia correspondiente con anterioridad a la vigencia de la presente ley". Entonces, tal como está redactado, el artículo les da inmunidad absoluta y para siempre a aquellos que ya tienen una licencia. Esa es una interpretación posible. Pero este es una de las cuestiones que debería estar acotada al plazo de cinco años. Este es uno de los temas que va a requerir adecuación a los límites y prohibiciones que establece el proyecto, para lo que se prevé el plazo de cinco años.

Por lo tanto, creo que hay que revisar con cuidado la redacción, porque de una primera lectura jurídica se podría decir que los actuales permisarios que incumplan estos requisitos podrán seguir manteniendo el servicio de comunicación, y nos consta que hay muchos casos en los que hay familiares vinculados con varios medios.

SEÑOR QUEIRUGA.- Yo represento al colectivo "Ovejas Negras" dentro de la Coalición por una Comunicación Democrática. Les agradezco que nos hayan recibido en el día de hoy.

Voy a referirme específicamente a dos puntos del proyecto de ley, que tienen que ver, por un lado, con los derechos de las personas y la intolerancia y, por otro, con el Ombudsman o Defensor del Pueblo.

Con respecto a los derechos de las personas y la intolerancia, como Coalición saludamos que el proyecto incluya un capítulo destinado a proteger y garantizar los derechos de las personas que han sido tradicionalmente discriminadas por los medios de comunicación, como las mujeres; los niños, niñas y adolescentes, y las personas lesbianas, gais, bisexuales y transexuales, que conforman la diversidad sexual.

En este sentido, subrayamos que el proyecto tiene un equilibrio razonable entre la protección y las garantías para ejercer la libertad de expresión, y que establece un número limitado de excepciones, destinadas a proteger a las minorías que mencioné. Vale la pena resaltar que estos temas están contemplados en convenciones firmadas por Uruguay, como la Convención sobre los Derechos del Niño. Lo menciono porque se han recibido críticas con respecto a estas excepciones a la libertad de expresión, que tienen que ver con la protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes.

También consideramos un avance el hecho de que el artículo 27, referido a la no discriminación, aluda a la protección de estos colectivos que han sido históricamente discriminados. De todos modos, consideramos que la actual redacción del artículo 27 es un poco ambigua y que requiere precisiones para que la libertad de expresión y la protección prevista para los colectivos discriminados sean debidamente aplicadas. Recordemos que, actualmente, el artículo 27 está redactado de la siguiente manera: "Los servicios de comunicación audiovisual deben ofrecer en sus emisiones una imagen respetuosa e inclusiva de todas las personas en su diversidad, en tanto manifestación enriquecedora de la sociedad, impidiendo difundir percepciones estereotipadas, sesgadas o producto de prejuicios sociales.- No podrán realizar ninguna forma de discriminación hacia las personas por motivos de género, raza, etnia, orientación sexual, edad, discapacidad, identidad cultural, estado civil, lugar de nacimiento, credo, ideología, filiación política o condición socio económica; impidiendo la difusión de contenidos que signifiquen o promuevan dicha práctica".

Nosotros proponemos el siguiente texto alternativo, que reúne los deberes del Estado frente a los medios de comunicación, de acuerdo con la Convención Interamericana contra el Racismo y toda Forma de Discriminación e Intolerancia, recientemente aprobada en Guatemala: "Los servicios de comunicación audiovisual deben abstenerse en sus emisiones de difundir mensajes que justifiquen o inciten al odio o a la intolerancia por cualquier forma de discriminación contra personas por motivos de sexo, género, orientación sexual o identidad de género, sin perjuicio de la información sobre los hechos.- Los servicios de comunicación audiovisual deben contemplar en su programación, expresiones y acciones afirmativas e inclusivas a favor de personas o grupos sujetos de discriminación e intolerancia".

¿Por qué es importante que las personas de diversidad sexual, entendidas como LGTB -lesbianas, gays, trans o bisexuales-, aparezcan en la pantalla? Porque hoy en día la pantalla de la televisión uruguaya ejerce lo que nosotros llamamos discriminación por ausencia. No existen programas de ficción o publicidades que presenten explícitamente personalidades o personajes de la diversidad sexual. ¿Por qué es importante esto? Porque los medios de comunicación, específicamente la televisión, son formadores de opinión, perpetúan prejuicios y forman valores. Esta ausencia afecta y representa una desventaja y discriminación para estas personas ante otras porque son impactadas por una violencia simbólica que les niega su representación en televisión como sujetos y ciudadanos plenos

También las mujeres, particularmente las niñas, se ven afectadas como audiencia ante la carencia de promoción en la pantalla televisiva de hábitos igualitarios. Muchas veces, las mujeres están sobrerrepresentadas en el ámbito privado como cuidadoras del hogar. Esto no representa la realidad, que es mucho más generosa de lo que hoy aparece en televisión. Las mujeres ocupan cargos públicos, trabajan, no solo ejercen funciones en el hogar.

El espacio televisivo es un lugar en el que se puede ejercer la violencia de género, real y simbólica y, por tanto, debería ser susceptible de regulación. Particularmente grave es la naturalización de la representación del cuerpo de las mujeres como objetos sexuales y la adquisición de conductas vejatorias que afectan la integridad y la dignidad de las mujeres.

También es importante que aparezca representada la diversidad sexual en la televisión de aire por un sentido sanitario. El año pasado, la Organización Panamericana de la Salud, a través de su Directora, recomendó a todos los medios de comunicación que expusieran la homofobia en cualquiera de sus manifestaciones y expresada por cualquier persona como un problema de salud pública. Un estudio del Gobierno de Estados Unidos realizado en 1989 arrojó que el 30% de los adolescentes lesbianas, gays y bisexuales alguna vez había intentado recurrir al suicidio debido al rechazo social. De este estudio también se desprendió que era muy fácil que estos impulsos suicidas fueran revertidos una vez que estos adolescentes reconocían que eran aceptados por el resto de la sociedad. Contar con referentes de la televisión que brinden una imagen positiva de la diversidad sexual para que se reduzca la discriminación que padece nuestra televisión ayudaría a combatir este flagelo.

Ahora me voy a referir a la defensoría del público, que aparece como Ombudsman en el proyecto de ley. Saludamos que el proyecto coloque a la defensoría del público en el ámbito del Instituto Nacional de Derechos Humanos y Defensoría del Pueblo. Sin embargo, advertimos que debe incorporar los instrumentos necesarios para que el Instituto pueda ejercer efectivamente esta tarea. Actualmente, la defensoría del público tiene una tarea compleja y extensa, y sería imposible que el Instituto la pudiera llevar a cabo con su actual estructura. Por eso, proponemos que el proyecto incorpore un relator especial para la libertad de expresión, el derecho a la información y la defensoría del público, así como los recursos necesarios para que esa tarea de promoción y defensa se pueda hacer efectiva. También proponemos desarrollar en el texto atribuciones y obligaciones de la defensoría. Planteamos establecer, entre otras obligaciones, que la defensoría del público debe convocar obligatoriamente a instancias de seguimiento de audiencias públicas, consultas, etcétera, que contemplen la participación directa del público.

En materia de promoción y protección de los derechos de las mujeres de la diversidad sexual proponemos incluir a texto expreso las siguientes obligaciones de la defensoría del público: "a) Promoverá la participación efectiva de las mujeres y colectivos LGTB en los SCA: i) en la producción de los contenidos, ii) en la conducción de los programas que no sean de ficción, y iii) representados en los personajes de los programas de ficción y en la publicidad".

Recordemos que en 2009 el colectivo Ovejas Negras realizó una campaña de bien público que consistía en un comercial de televisión que mostraba tres besos de tres parejas de diversidad sexual en lugares públicos de Montevideo. Esa campaña fue exhibida por los Canales 5 y 12, pero fue censurada por los Canales 4 y 10. Actualmente, la única forma de recurrir al texto -que nosotros consideramos un abuso- de esos dos canales es por la vía penal y no mediante una respuesta al Estado que garantice un mecanismo claro y efectivo ante este abuso.

En el punto b) planteamos que se desarrollen planes de educación sobre diversidad sexual y género para el personal de los canales de televisión. Los comunicadores muchas veces se confunden en conceptos básicos, como distinguir entre orientación sexual, identidad de género, opción sexual. Tampoco manejan bien el término "violencia de género". Hasta hace pocas décadas, la diversidad sexual era inexistente en los medios de comunicación general y en la televisión. Por eso, no podemos dar por sentado que esta información esté al alcance de toda la gente. Nos parece importante desarrollar planes de educación al respecto.

También promovemos la realización de investigaciones, cursos, seminarios y otros para abordar la relación entre los medios y la diversidad sexual y el género.

Asimismo, proponemos desarrollar mecanismos de acceso a fondos públicos para la producción de contenidos audiovisuales y aplicaciones interactivas de calidad especializadas en erradicar la violencia de género y la discriminación por orientación sexual e identidad de género.

Finalmente, proponemos que se estimulen buenas prácticas de responsabilidad social empresarial y la creación de mecanismos de autorregulación de los medios para la promoción y protección de los derechos de la diversidad sexual y de las mujeres.

No pretendemos que cada vez que se produzca un abuso u omisión por parte de los medios intervenga el Ombudsman, sino que a través de la autorregulación se pueda ir progresivamente hacia la inclusión y la integración de la diversidad sexual de las mujeres y demás colectivos discriminados históricamente por los medios de comunicación audiovisual.

SEÑORA LUCAS.- Me voy a referir a la regulación de la publicidad. Mi presentación consta de seis puntos: el valor de la publicidad en nuestra sociedad como espacio de expresión, cómo hacer para que la publicidad no sea un espacio donde se vulneren los derechos de las personas, el trabajo infantil a la hora de producir publicidad, cómo defender a los artistas que trabajan haciendo publicidad, el porcentaje previsto por ley de producción nacional que debe tener la publicidad y el tiempo de publicidad por hora de emisión, que nos parece importante modificar en el proyecto de ley.

Quisiera comenzar con una anécdota que hizo Michelle Bachelet en el Parlamento hace dos años, que puede ayudar a entender cómo la falta de representación y modelos impacta, sacando oportunidades a las personas. Contaba que en Finlandia hubo una Presidenta que ganó dos veces. Cuando Bachelet visita una escuela hace

la pregunta tradicional: "¿Qué quieren ser cuando sean grandes?" Un niño dijo maestro; otro, carpintero y hubo uno que no decía nada. Cuando la Presidenta de Finlandia le pregunta si no le gustaría ser Presidente, el niño contesta: "No, si yo soy varón". Esto refleja cómo los valores e ideas que se ponen a circular en la sociedad habilitan o no a las personas a imaginarse, a potenciarse, a ver sus oportunidades.

La publicidad en Uruguay, país en el que no tenemos una enorme producción de ficción, imagina, cuenta, cataliza sus valores, dice qué cosas están permitidas y cuáles no. Si hiciéramos un análisis de la publicidad desde la década del cincuenta hasta la del dos mil, advertiremos cómo va cambiando nuestra sociedad y los valores; no es algo estático. Creemos muy importante cuidar los sentidos y los mensajes que ponemos a circular en Uruguay a través de la publicidad.

Nos parece muy bueno que el proyecto de ley proteja a los niños, niñas y adolescentes en el gran marasmo de mensajes publicitarios. Sin embargo, nos gustaría que marque en forma explícita que a través de los mensajes publicitarios no se lesione la dignidad de las mujeres, de las personas LGTB, de los afrodescendientes, de las personas con discapacidad. Imaginemos un niño afrodescendiente que cuando ve la publicidad solo ve gente afrodescendiente sirviendo, en lugares de desigualdad. Intentemos evitar que los mensajes que circulan a través de la publicidad no sean discriminatorios ni un obstáculo para el desarrollo libre de las personas.

También pedimos que se establezca a texto expreso que a través de los mensajes publicitarios no se violen las leyes que ratifican en Uruguay la Convención de Belém do Pará, Cedaw, la ley de igualdad de oportunidades y derechos ni la Ley Nº 17.817, relativa a lucha contra el racismo, la xenofobia y la discriminación.

Con relación al trabajo infantil, queremos llamar la atención sobre las condiciones brutales a las que hoy son sometidos niños, niñas y adolescentes cuando tienen que participar en un rodaje de publicidad. El proyecto de ley hace explícito el artículo 184 y 185 del Código de la Niñez y la Adolescencia con relación al trabajo, pero creemos que debería ser más explícito para proteger a los chicos de esas condiciones.

A la hora de producir publicidad, también deberíamos tratar de proteger a quienes trabajan como artistas y solicitar que se cumplan las leyes de seguridad social para esos trabajadores. En el ámbito de la producción de comerciales hay muchísima irregularidad. Nos gustaría que se hiciera explícita referencia al Estatuto del Artista.

Por otro lado, hoy en Uruguay existe la reglamentación que establece que el 80% de la publicidad debería ser de factura uruguaya. Eso no se cumple y nadie lo controla. Nos gustaría que a través de este proyecto se generaran los mecanismos para poder controlar esto.

El proyecto de ley plantea que por hora de emisión tiene que haber quince minutos de publicidad. Eso está bien, pero nos gustaría que se achicara progresivamente a trece minutos

También llamamos la atención sobre lo que popularmente se llaman "chivos", que es la publicidad no tradicional cuando dentro del espacio de comunicación se nombran marcas. En el proyecto de ley se establece que no se los toma en cuenta cuando son menores de quince segundos. Nosotros proponemos bajar el tiempo a diez segundos.

Esperamos que estos aspectos sean tenidos en cuenta a la hora de reformular este proyecto de ley. Creemos que Uruguay va a estar mejor con esta ley que sin ella.

SEÑOR MAUTONE.- Represento al sindicato de actores.

Buena parte de los conceptos ya han sido vertidos por quienes me antecedieron en el uso de la palabra. Me voy a referir a la producción nacional.

Creo que la ficción está teñida por ese marco regulatorio y por esas particularidades o dificultades en cuanto a la canalización de valores. La producción nacional en nuestro país, en particular la ficción, adolece de un grave problema, ya que la desregulación ha traído como consecuencia su casi total inexistencia. Recién en estos últimos dos o tres años ha habido un intento de generar un espacio de ficción nacional. Seguramente, esto ha tenido que ver con el inicio de la discusión del proyecto de ley porque hasta ese momento no se

encontraba relevante poner el tema arriba de la mesa. El hecho de que no exista el marco regulatorio en el país

——sí lo hay en los países de la región- ha traído como consecuencia que los canales de televisión hayan sido esencialmente importadores de programas extranjeros, generalmente de dudosa calidad. Hay programas de la región y del resto del mundo. Esto ha traído como consecuencia un grave perjuicio a la producción local, al grado de que los uruguayos no vemos productos nuestros en televisión, con el inconveniente que esto implica en la creación de espacios simbólicos en los que nos podemos ver, imaginar, proyectar.

Un factor que me parece importante es que a nivel latinoamericano, el 49% de la ficción que se ve en los países es de carácter nacional. En Uruguay ese porcentaje es del 1% al día de hoy y llegó a ser cero durante varios años. En algunas valoraciones internacionales se asume que si la producción local -de ficción- está por debajo de la franja del 10% entramos en el terreno de alarma.

Suscribimos el espíritu de la ley en plenitud, sobre todo en la inclusión de un capítulo que pretende promover la producción nacional. Suscribimos en líneas generales la formulación que se hace al respecto en las modalidades de producción, dando participación a la producción independiente.

Naturalmente, también deberá tenerse en cuenta el canon que se abonaría con el objetivo de crear un fondo específico, que tendrá como cometido ayudar a desarrollar esta producción. Sin duda, este sector es sumamente frágil y requerirá de una atenta mirada para poder asegurar su desarrollo.

Por supuesto, frente al esquema que tenemos hoy, el hecho de plantearse dos horas de agenda cultural semanal y dos horas de ficción significa un salto importante en el país, que creemos -en líneas generales- que está en condiciones de dar. No olvidemos que estamos entrando en un terreno en el que, si bien podemos opinar, todavía tenemos poco conocimiento práctico. Sin embargo, nos parece que habría -sobre todo teniendo en cuenta algunas experiencias anteriores- que tomar algunos recaudos en cuanto a precisar el espíritu de este capítulo, de manera de garantizar que de una buena vez podamos desarrollar una industria de producción y ficción nacional dentro del país.

En ese sentido, creemos que es necesario dar una mayor definición al concepto de coproducción. Si bien el proyecto en el Capítulo de Definiciones establece que coproducción es una realización en la que la mitad más uno de sus integrantes sean uruguayos o residentes en el país, nos parece que esa definición es fácilmente permeable, y hay ejemplos concretos en ese sentido, por ejemplo, en el ámbito del teatro. En este ámbito hay una especie de tasa o canon para los espectáculos que se presentan, el cual es diferenciado teniendo en cuenta si son de factura absolutamente nacional o de factura extranjera. En el primer caso se aporta un 1%, y en el segundo un 5%. Asimismo, en los espectáculos de factura mixta se aporta un 3%; en estos casos la mayoría de los integrantes del espectáculo son argentinos, pero para no pagar el 2% restante, se incluye a un actor o a un técnico uruguayo a fin de evitar el pago de un impuesto mayor. Por lo tanto, teniendo en cuenta las debilidades de contralor existentes en esta área, creemos que hay mecanismos que se pueden evadir fácilmente. En realidad, el hecho de que la mitad más uno de los integrantes de un espectáculo deban ser uruguayos no es una garantía absoluta para la producción nacional.

Digo esto porque, entre otras cosas, hay un segundo elementos de valoración de la producción que no tiene que ver tanto con el número -aunque es un factor importante-, sino con los roles que se cumplen. De hecho, hay algunos antecedentes al respecto, ya que en teoría hemos producido películas nacionales, pero toda la línea de actores es extranjera. Por tanto, frente al mundo, en la construcción de ese espacio, el producto no aparece como uruguayo. Inclusive, algunas películas claramente extranjeras han sido presentadas a los premios Oscar como de producción nacional, por el solo hecho de que en algún momento del proceso hubo una participación uruguaya. Esto se hace, generalmente, cuando el país que realizó la película ya cubrió la cuota autorizada y no puede presentar una más.

Por lo tanto, como dije anteriormente, nos parece que se debería ajustar la definición de producción o, en todo caso, establecer claramente cuáles serían los porcentajes de participación de trabajo uruguayo en el resultado final.

Por otra parte, el proyecto establece la obligatoriedad de realizar estrenos de ficción televisiva o películas cinematográficas, lo que tiene una cuota de dos horas semanales. En este caso, consideramos que también se debería establecer una definición más clara sobre "película cinematográfica", ya que el proyecto determina

que son aquellos productos audiovisuales a estrenarse en salas cinematográficas. Por lo tanto, si tenemos en cuenta esta definición, al momento de contabilizar la cuota, y teniendo en cuenta que los estrenos de películas cinematográficas cuadruplican la contabilidad del tiempo en pantalla, cualquier estreno que no haya sido efectuado todavía en televisión habilitaría una contabilidad por cuatro. Por lo tanto, con el acopio existente de películas uruguayas estrenadas en el país -debemos andar en el entorno de las cien- podría fácilmente cubrirse la cuota del mes de ficción nacional, simplemente por el hecho de que constituirían estrenos en televisión. Sin duda, creemos que ese no es el espíritu de la ley, ya que consideramos que apunta a la creación de nuevos productos o, en todo caso, a dar cabida en pantalla a nuevas realizaciones. En ese sentido, pensamos que sería necesario ajustar el criterio al espíritu de la ley, a fin de evitar, por todo mecanismo, que la cuota se cubra evadiendo las intenciones reales de la iniciativa.

De todas maneras, nos parece mucho más ordenado, sobre todo para esta primera etapa -tampoco vemos inconveniente en que pueda hacerse una aplicación gradual de toda la normativa; al contrario-, recuperar el espíritu del proyecto de ley presentado por el Ministerio de Educación y Cultura sobre la legislación anterior. En dicha iniciativa se establecía un sistema de productos mínimos a ser emitidos en televisión, como una serie de unitarios, una serie televisiva, una telecomedia, etcétera. Eso está reflejado en la propuesta y consideramos que puede ser un elemento -sin contradecir el espíritu de la iniciativa actual- que ayude a garantizar un piso en la producción.

En todo caso, creemos que las bonificaciones en cuanto a la contabilidad del tiempo deberían estar orientadas, fundamentalmente, a aquellas producciones que por su complejidad o características pudieran aportar más de lo que la ley establece; consideramos que no se deberían generar bonificaciones a partir de productos ya elaborados, sobre todo, teniendo en cuenta que Uruguay en los últimos años ha desarrollado una atendible producción cinematográfica.

También me interesa destacar otros dos aspectos. Uno de ellos es que este todavía es un sector débil. Si bien en el ámbito publicitario hay un importante aporte al Producto Interno Bruto, la legislación existente en el país, tanto la relativa a niños como la concerniente a los mecanismos de aportación al sistema de seguridad social de los artistas, todavía no se cumple. Además, se trata de una reglamentación poco conocida y mucho menos controlada. Esto hace que en líneas generales se pueda decir -sobre todo en el ámbito de ficción, que tiene particularidades de producción muy especiales- que se viola todo el espectro de la legislación nacional; me refiero a la extensión de jornadas, al pago de horas extras, a la falta de aportación al sistema de seguridad social, al no pago de aguinaldos, etcétera. Y estas violaciones no solo se llevan a cabo con el artista o técnico adulto sino también con los niños, en la medida en que estos participen de este tipo de productos.

A todo esto podemos decir que una de las ventajas comparativas -lo señores Diputados lo deben saber- de los servicios que ofrecen las productoras locales es precisamente el no contralor de la regulación, sobre todo en el ámbito infantil. Es más, en Argentina se ha hablado hasta de explotación de trabajo infantil en nuestro país. Naturalmente, no toda las productoras actúan de la misma manera, pero algunas de ellas sí hacen uso de esta falta de conciencia del Estado, que seguramente solo se debe al desconocimiento de la operativa de los procesos de producción audiovisual. Esa afirmación, sin duda, además, de ser injusta en sí misma, mancilla la imagen de nuestro país.

Por otra parte, si bien hay una cuotificación con respecto a la emisión de música uruguaya en las radios, no se hace referencia a otro tipo de propuesta que tenga que ver con la difusión de la producción nacional en otras órbitas. Nosotros creemos que se deben habilitar espacios para el encuentro y el desarrollo del imaginario colectivo. Es más, hay propuestas de ficción, tanto para público adulto como para adolescentes y niños, y nos parece que sería una oportunidad, en este esquema de reordenamiento, tener en cuenta que es un medio muy fuerte y potente, que llega a todo el país y que también puede incluir alguna cuota en cuanto a propuestas que vayan más allá de la música.

SEÑOR BATTISTONI.- Agradezco la presentación realizada.

En realidad, voy a hacer algunas reflexiones y a pedir ayuda con respecto a algunos problemas que ya planteé ante la delegación que nos visitó anteriormente, que fue la Asociación de Productores y Realizadores de Cine del Uruguay.

Ustedes hicieron referencia a los contenidos, y todo lo que voy a manifestar apuntará a una propuesta que estoy tratando de elaborar.

Por supuesto, está bien tener en cuenta todo lo relativo a la discriminación, pero creo que algunas cosas que sucedieron últimamente, como el estreno de la película El Bella Vista, hacen mucho más que cualquier intención de regular. Por lo tanto, con el contenido de nuestras producciones se puede hacer mucho para evitar la discriminación.

Sin duda, en los mensajes publicitario -yo me dediqué a la ciencia- no puede haber discriminación. Sin embargo, en ellos se promueve la irracionalidad, y no sé cómo se puede combatir. Digo esto porque algunos productos que son muy semejantes, como las pastas dentales, que hacen los mismo, se muestran al público de modo diferente. Además, como deben diferenciarse debido a la competencia, se promueve la irracionalidad.

Asimismo, todos los jabones matan el 99,9% de las bacterias, pero habría que preguntarse si el 1% que no se puede matar es el peor de todos. Hago estos comentarios porque siento que hay un abuso, inclusive por parte de los profesionales que realizan las propagandas. En muchas de ellas aparece determinado doctor diciendo que el jabón que usa es el mejor de todos, o la pasta dental o la comida que se está promocionando. Y los mensajes publicitarios de la zona son aún peor; algunos de ellos son terroríficos.

En realidad, todo eso me preocupa, porque hace referencia a un modelo de pensamiento que lleva al público a aceptar cosas de una forma totalmente acrítica. Además, eso hace que la postura del espectador frente al mensaje sea diferente, sin importar cuál sea el terreno. Creo que los mensajes publicitarios y todo el sistema de comunicación tienden a la pasividad, pero yo no sé cómo se puede lograr que haya una actitud activa. Sin duda, el sistema educativo tendrá que luchar mucho contra eso, y sé que en algunos países se ha encarado ese problema.

Con respecto a la concentración en cuanto a los grupos económicos, creo que está bien, ya que no hay otra forma de medición. Sin embargo, también es cierto que la peor de todas las concentraciones es la de las ideas y los valores, ya que los grupos económicos pueden ser diferentes pero expresar lo mismo.

Reitero que estamos ante un proyecto de ley -lo dije anteriormente y lo repito ahora- que tiene como base el uso de las frecuencias radioeléctricas que, según la Unesco, son patrimonio de la humanidad. Por esa razón el Estado recibe una compensación, y creo que nosotros deberíamos utilizarla como un canon, tal como se hizo con la minería. En realidad, por los valores que hemos estado viendo hasta ahora, creo que es muy bajo, por lo que la delegación anterior manifestó su intención de que se realizara alguna modificación. Por supuesto, entiendo que se trata de un tema complejo, pero como el señor Lanza estudió el mercado audiovisual podría darnos una idea del valor de lo que se maneja.

En realidad, apunto a la generación de un fondo sustancioso para la promoción audiovisual. Si eso se logra podremos tomar decisiones sobre los mensajes publicitarios y combatir en serio la discriminación. Sin duda, creo que eso se puede lograr con una producción soberana y nacional.

SEÑOR LANZA.- Quisiera hacer algunos comentarios sobre los planteos realizados por el señor Diputado Battistoni.

Precisamente, antes de entrar a la Sala estábamos hablando sobre el capítulo relativo a las discriminaciones, y podemos decir que la propuesta de la coalición va en ese sentido. Nosotros creemos que la Institución Nacional de Derechos Humanos y Defensoría del Público puede jugar un papel muy importante en la promoción de prácticas inclusivas y en la formación de los comunicadores, en el marco de la campaña que viene haciendo la coalición desde hace un tiempo.

En ese sentido, hemos impartido talleres para periodistas y comunicadores en distintos lugares del país, y una de las cosas que nos llamó la atención fue el desconocimiento sobre temáticas referidas a diversidad sexual, a estereotipos de género, violencia contra las mujeres, etcétera. Por lo tanto, creo que más que sancionar, se debe apostar a una fuerte promoción y capacitación en derechos en los medios de comunicación.

Con el tema de la niñez sucede lo mismo, ya que hasta hace muy poco era normal el uso de términos y adjetivos descalificativos con respecto a los menores como, por ejemplo, el de menores infractores. Pero

también podemos hablar de la violación del derecho a la privacidad de los niños y de todo ese tipo de cosas que tienen que ver con prácticas muy acendradas, las cuales de deben revertir con educación, promoción y capacitación. Sin duda, pero ello debe existir una figura específica, porque no podemos tirarle el tema a la Institución Nacional de Derechos Humanos y Defensoría del Pueblo sin ofrecerle esta figura, y con determinados recursos, ya que sin ello le será muy difícil trabajar en esos temas.

La propuesta que nosotros hacemos con respecto a los límites -esto es algo aberrante y que no se podría tolerar en televisión, radio o en los medios audiovisuales- tiene que ver con el artículo que nosotros elaboramos, que es demasiado abierto. Por lo tanto, hay que precisarlo más para que esto no se convierta en una amenaza para la libertad de expresión, o algunos entiendan que lo es. Precisamente, la propuesta que leyó el señor Queiruga es muy restrictiva, porque habla de incitación al odio por razones de discriminación, cuando el proyecto actual habla de no difundir estereotipos, lo cual puede ser muy abierto, ya que no todos tenemos los mismos conceptos en ese sentido.

En cuanto al canon, efectivamente estuvimos haciendo algunos números y, de acuerdo a las formulas que incluye el proyecto de ley, suponemos que la televisión para abonados, con seiscientos mil abonados, podría recaudar US$ 1:800.000, y que la televisión abierta unos US$ 600.000 anuales, lo cual totaliza US$ 2:400.000 anuales. Sin embargo, el mercado de la televisión para abonados y la televisión abierta en conjunto tiene una facturación de US$ 190:000.000. Por lo tanto, estaríamos apenas por encima del 1% de la facturación del mercado; esos son los números que nosotros estamos manejando.

SEÑOR PRESIDENTE.- El señor Lanza expresó que formaron parte del Comité Técnico Consultivo y fueron partícipes de la redacción de esta norma. ¿Se debe inferir que lo que plantean hoy lo propusieron y no fue tenido en cuenta?

SEÑOR LANZA.- El Comité Técnico Consultivo elaboró las bases conceptuales de la ley. Hay una distancia entre las ideas generales y lo que se plasma en un proyecto. Esto fue manejado primero por el Ministerio de Industria, Energía y Minería y luego por Presidencia de la República, pero lamentablemente en aquel momento no hubo una devolución. Es obvio que la iniciativa es del Poder Ejecutivo y es claro que nosotros no íbamos a redactar el proyecto, pero queríamos tener la posibilidad de analizarlo junto con los técnicos y, previo al envío al Parlamento, realizar estas precisiones que estamos haciendo ahora.

Como nuestra prioridad es que el proyecto se apruebe en esta Legislatura, preferimos no insistir más y plantearlo directamente en la Comisión.

SEÑOR PRESIDENTE.- El documento que nos presentaron, ¿formó parte de los elementos con que el Poder Ejecutivo contó para elaborar la ley?

SEÑOR LANZA.- Los insumos principales fueron las discusiones y un informe final. Estamos elaborando un comparativo entre este informe del Comité y el proyecto. En general, todos los temas están reflejados. Lo que estamos proponiendo son pequeños cambios. Si bien hubo un grado importante de consenso en el Comité Técnico Consultivo, hubo algunos capítulos en los cuales no nos pudimos de acuerdo. Por ejemplo, para nosotros está bien que por primera vez en la historia del país las licencias para los servicios de comunicación audiovisual tengan plazos. Sin embargo, el sector comercial sostuvo es que lo mejor es que las licencias no tengan ningún tipo de plazo y que sean precarias y revocables. Son diferencias en las que no nos pudimos poner de acuerdo y que el Poder Ejecutivo laudó cuando redactó el proyecto. Lo mismo ocurrió con el tema de la concentración. Para nosotros es importante que haya medidas anticoncentración, mientras que para el sector importante no es importante que existan.

Como no pudimos hacer antes estas precisiones, las hacemos ahora, pero también es cierto que el Poder Ejecutivo tuvo que moverse entre visiones contrapuestas.

SEÑOR PRESIDENTE.- Agradecemos los aportes brindados.

Se levanta la reunión.